

Ein starker Postmarkt für die Zukunft

Fakten und Argumente aus Sicht der privaten Postdienstleister

Bis im Herbst 2015 muss der Bundesrat dem Parlament seinen Beitrag zur Evaluation der Postmarktöffnung unterbreiten. Wie wir aus vergangenen Diskussionen über den Postmarkt wissen, dominieren zahlreiche Behauptungen und Vorurteile die Diskussion. Wir privaten Postdienstleister vom Verband KEP&Mail haben nachfolgend die wichtigsten Faktoren für einen erfolgreichen und attraktiven Schweizer Postmarkt im Dienste der Kundinnen und Kunden zusammengefasst. Zusätzlich haben wir auch Fakten zu den häufigsten Behauptungen zusammengestellt.

Wir freuen uns auf eine konstruktive Diskussion und stehen für weitergehende Fragen gerne zur Verfügung.

Für weitere Auskünfte:

Peter Sutterlüti, Präsident KEP&Mail
c/o impuls ag, Thunstrasse 17, Postfach 343, 3000 Bern
Tel. 031 357 38 57; 079 300 06 79
position@kepmail.ch; www.kepmail.ch

Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

- ✓ Der Wettbewerb sorgt für innovative Angebote für Kundinnen und Kunden – beispielsweise flexible Zustellösungen.
- ✓ Die Aufhebung des Restbriefmonopols bringt niedrigere Preise, beeinträchtigt die Gewinne der Post aber nur marginal.
- ✓ Der Zugang zu Teilleistungen der Post (z.B. Postfachanlagen) beschleunigt den Aufbau von alternativen Diensten zu Gunsten der Kunden.
- ✓ Die Grundversorgung ist auch ohne Monopol gewährleistet und wird durch Öffnung der Poststellen für private Angebote attraktiver
- ✓ Der Wettbewerb regelt den Markt selbst, der Regulator überwacht und kann bei Marktversagen intervenieren

Aus Sicht KEP&Mail sind für eine künftige Ordnung des Postmarktes folgende Hauptstossrichtungen zentral:

- Vollständige Marktöffnung durch einen Wegfall des Briefmonopols bis 50 Gramm
- Geringe Eintrittshürden und gleiche Regeln für alle Marktteilnehmer
- Zugang zu allen Teilleistungen und Infrastrukturen des marktbeherrschenden Unternehmens zu fairen Preisen (Beispiele: gebündelte Sendungsaufgabe, Postfachbenützung, Verkauf von Dienstleistungen der Wettbewerber in Poststellen, Zustellung in Randgebieten)
- Gewährleistung einer durchgängigen Zusammenarbeit zwischen der Schweizerischen Post und privaten Anbietern – beispielsweise mittels einfacher und kostengerechter Sendungsübergabe von einem Dienstleister zum anderen inkl. Retouren- und Adressenaustausch (Interoperabilität)
- Bestimmung der Grundversorgung als Service statt als strukturelle Vorgaben für die Infrastruktur
- Marktkonforme Eingriffsmöglichkeiten des Regulators anstelle unzulänglicher gesetzlicher Regeln

Vorurteile	... und Tatsachen
<p>1. Die heutige Marktöffnung genügt; im Ausland hat die vollständige Marktöffnung auch nicht viel gebracht.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Der freie Wettbewerb ohne Restmonopol schafft neue Auswahlangebote für die Kunden zu attraktiven Preisen, sowohl für Geschäfts- wie auch für Privatkunden. • Innovative Angebote sind immer durch den Wettbewerb entstanden. So gibt es bei den Paketen die Abholung, die Sendungsverfolgung und kundengerechte Zustellformen nur dank dem vollständigen Wettbewerb. • Private Briefdienstleister gewinnen zunehmend Marktanteile. Sie verschaffen sich im Ausland und in der Schweiz unter anderem Vorteile indem sie im Gegensatz zur Post jeden Brief von der Aufgabe bis zur Auslieferung registrieren, taggenaue Zustellung und einfache Retourenbehandlung anbieten. • Im Ausland sind die Briefpreise dort wo Wettbewerb herrscht, für alle Kunden gesunken. Wo faktische Monopole bestehen sind sie dagegen gestiegen. In der Schweiz bezahlen Kunden bei privaten Briefdienstleister bis 15% niedrigere Preise als bei der Post. • Im schweizerischen Paketmarkt ist das Preisniveau seit der Liberalisierung gesunken, insbesondere auch für private Aufgeber in Papeterien, im Kiosk, usw. • Eine Preisanalyse durch den Preisüberwacher hat gezeigt, dass die Preise der Post im Monopol zu hoch sind; er konnte aber keine massgebende Korrektur durchsetzen, weil der Wettbewerb als Korrektiv fehlt.
<p>2. Es existiert ja bereits ein spielender Wettbewerb.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De facto existiert im Paketmarkt ein „gewollter“ Wettbewerb, der jedoch den Handlungsspielraum der privaten Dienstleister nur bedingt auf dasselbe Niveau wie die Post bringt. Dies belegen die mehr oder weniger konstant bleibenden Marktanteile im nationalen Geschäft. Es fehlen umfassende und faire Zugangsregelungen (Poststellennetz, gebündelte Aufgabe zu Dienstleistungen etc.) sowie Transparenz bei Verbundrabatten, welche die Post heute einzig ihren eigenen Kunden anbietet. • Im Briefmarkt ist der Wettbewerb nur marginal in spezifischen Segmenten wie den Direct Mailings möglich, da $\frac{3}{4}$ aller Briefe immer noch im Monopol sind. • Eine disziplinierende Wirkung auf das Verhalten der marktbeherrschenden Post ist mangels Eingriffskompetenzen des Regulators nicht möglich.
<p>3. Die Post wird künftig kleinere Gewinnablieferungen machen, weil ihr durch die Marktöffnung wesentliche Umsätze verloren gehen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Studien, insbesondere diejenige von Plaut/Frontier belegen, dass die Post auch ohne Monopol sehr profitabel arbeiten kann. Voraussetzung ist, dass sie Gestaltungsfreiheiten im Angebot hat. • Beispiele zeigen, dass ausländische Postgesellschaften auch ohne Monopol Marktleader geblieben sind und ihre Stärken behaupten konnten, weil sie vom Image profitieren, Verbundangebote machen können und historische Vorteile haben. Dies gilt im schweizerischen Telecom-Markt auch für die Swisscom. • Auch bei vollständiger Marktöffnung wird der Umsatz der Schweizer Post nicht gross sinken und der Gewinnrückgang nur marginal sein, denn private Briefdienstleister können der Post nur begrenzt Marktanteile abringen. • Die Post ist eine AG, die nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen gewinnorientiert handeln muss und die vom Bundesrat bzw. Verwaltungsrat entsprechende Gewinnvorgaben erhält.
<p>4. Die Grundversorgung bzw. deren Finanzierung ist bei totaler Marktöffnung gefährdet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Grundversorgung ist für die Post das lukrativste Geschäft mit hunderten von Mio. CHF Gewinn pro Jahr; deshalb wird sie dieses Geschäft nicht aufgeben. • Die Post kann die Grundversorgung ohne weiteres finanzieren, weil sie unentziehbare Vorteile mit Infrastrukturen, Image und Verankerung in der Bevölkerung hat. • Wenn die Post die Poststellen auch für private Dienstleister bzw. deren Angebote zugänglich macht, verbessert sich die Grundversorgung auch in Landregionen, indem die Kunden zwischen verschiedenen Angeboten auswählen können. Zudem kann sie damit zusätzliche Einnahmen zur Finanzierungen ihres Poststellennetzes generieren. • In keinem europäischen Land musste die Grundversorgung bisher je mit staatlichen Zuschüssen finanziert werden. In Deutschland z.B. funktioniert die Grundversorgung sogar ohne dass die Post oder andere Unternehmen eine gesetzliche Verpflichtung dazu haben.

<p>5. Die privaten Dienstleister sind Rosinenpicker und haben keinen Anspruch auf Zugang zu Teilleistungen und Infrastrukturen der Post.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sowohl Paket- wie auch Brieffdienstleister bieten schweizweite Dienstleistungen an, weil sie ein Kundenbedürfnis sind. • Die privaten Dienstleister haben Netzwerke mit Stützpunkten in allen Regionen und verteilen Pakete und Briefe in der ganzen Schweiz, auch auf dem Land. • Es ist legitim und fair, dass die privaten Dienstleister Zugang zu den Teilleistungen und Infrastrukturen der Post erhalten, weil diese dank Staatsschutz und Monopolen aufgebaut wurden und somit ein volkswirtschaftliches Gut sind. Diese Infrastrukturen gehören nicht der Post, sondern der Schweizer Bevölkerung. • Mit dem Teilleistungszugang kann sich der Wettbewerb viel rascher entwickeln und die Kunden profitieren so in kurzer Zeit von interessanten Alternativen (Bsp. Telekom-Markt Schweiz).
<p>6. Mehr Wettbewerb bedeutet, dass immer mehr Poststellen verschwinden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dank Wettbewerb gibt es mehr und nicht weniger Zugangspunkte, z.B. Kioske, Tankstellen, Papeterien, Restaurants. • Der Zugang zu den Dienstleistungen ist wichtig, nicht ob ein Zugangspunkt der Post gehört. Poststellen haben ein eingeschränktes Angebot und restriktive Öffnungszeiten, Agenturen versorgen die Bevölkerung besser als Poststellen. • Die Dienstleister entsprechen den Bedürfnissen der Kunden; so hat sich z.B. auch der Markt für die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in kundenorientierter Weise ohne Regulierung entwickelt.
<p>7. Die Servicequalität nimmt bei vollständiger Liberalisierung ab.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Der Wettbewerb ist die beste Garantie, dass die Qualität steigt, denn nur wer Qualität bietet, kann sich behaupten. Am besten ist das im Paketmarkt nachvollziehbar. Die Post und die privaten Dienstleister erbringen dank Wettbewerb eine sehr hohe Qualität mit Zustellung am Folgetag der Aufgabe und Sendungsverfolgung. • Die Servicequalität ist gewährleistet, sie wird auf gesetzlicher Basis durch PostCom kontrolliert.
<p>8. Seit der Schaffung der PostCom ist die Umsetzung des Gesetzeswillens gewährleistet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die PostCom hat heute nur gezielte Einflussmöglichkeiten. Ihr fehlt die generelle Marktüberwachungsfunktion mit Interventionsmöglichkeiten, um einen funktionierenden Wettbewerb und eine effiziente Grundversorgung aus einer marktnahen Betrachtung sicherzustellen. So könnte das Gesetz auf Grundsätze beschränkt werden. • Für Aussenstehende ist die Verantwortung der Behörden Weko, Preisüberwacher, PostCom, Bakom nicht immer klar abgegrenzt. Dies bedeutet bei der Feststellung von Widerhandlungen Mehraufwand. Eine Koordination dieser Marktregulierer durch die PostCom ergäbe für alle Beteiligten eine grosse Vereinfachung.
<p>9. Die privaten Anbieterinnen von Postdiensten gewähren schlechte Arbeitsbedingungen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Das Postgesetz schreibt die Einhaltung branchenüblicher Arbeitsbedingungen vor, welche von PostCom wiederum kontrolliert werden. • Die privaten Dienstleister, die im Verband KEP&Mail organisiert sind, verpflichten sich seit 7 Jahren freiwillig zu gemeinsamen Mindest-Arbeitsbedingungen, die mit der Post vergleichbar und teilweise sogar besser sind. Auf dieser Grundlage steht KEP&Mail aktuell in Verhandlungen mit den Gewerkschaften. Ein Mitglied des Verbandes KEP&Mail, die DPD (Schweiz) AG, verfügt bereits über einen firmenspezifischen GAV.