

Position

Editorial

Es fehlt oft an Objektivität, wenn über die Öffnung im Postmarkt diskutiert wird. Vielfach gelten persönliches Empfinden und eigene Erfahrungen als Leitplanke. So drohen bereits getroffene Entscheide mit Scheinargumenten verzögert zu werden. Dies, obwohl aufwendige, mit Steuergeldern finanzierte Studien im Auftrag des UVEK unmissverständlich belegen, dass selbst bei einer vollständigen Liberalisierung der heutige Universaldienst weiterhin garantiert ist. Und im Markt werden zudem positive Wirkungen erzielt. Es bleibt zu hoffen, dass die nun anlaufende Entscheidungsfindung zur Liberalisierung rasch Wirkung im Postmarkt erzielen kann. Zugunsten der Konsumenten und der ganzen Wirtschaft.



Peter Sutterlüti, Präsident

Wettbewerb hilft den Kunden – wenn er durch die Hintertür nicht torpediert wird!

Unbemerkt zeichnet sich bei der Postmarktliberalisierung eine Entwicklung ab, welche die Marktöffnung durch die Hintertür torpediert. Die Post versucht mit allen Mitteln, Privatunternehmen zu akquirieren. Die kürzliche Übernahme der Zeitungsvertragsorganisation Prevag ist nur ein Beispiel. Die Post hat es auf solche Dienstleister abgesehen, weil deren Zustellnetze eine gute Basis für den Einstieg in die Briefzustellung sind. Die Wettbewerbskommission, von KEP & Mail auf die Problematik aufmerksam gemacht, hat zwar die Gefahr erkannt. Trotzdem wird sie beim eher kleinen Prevag-Fall noch nicht intervenieren. Dem Postregulator fehlt dazu die Kompetenz und das UVEK als Eigner macht keine Anstalten, hier einzuschreiten.

Dank Wettbewerbsdruck bietet die Post heute im Paketbereich attraktive, innovative Dienstleistungen (Abholung der Sendungen beim Kunden, Paketverfolgung, Zustellung über Shops etc.). Dagegen werden im faktisch monopolisierten Briefmarkt kaum Neuerungen angeboten. Grund ist der fehlende Wettbewerb. Innovationen sind bisher meist von privaten Dienstleistern ausgegangen. Dabei bringen bereits zusätzliche Serviceangebote und Qualitätsverbesserungen den Kunden Mehrwert. In geöffneten Briefmärkten im Ausland

bspw. registrieren private Dienstleister jeden Brief elektronisch, um den Aufgabenachweis und die Rücksendung zu gewährleisten. Zudem schafft der Wettbewerb neue Arbeitsplätze. Seit Beginn der Briefmarktöffnung sind in Deutschland mehr private Arbeitsplätze entstanden, als die Post aufgehoben hat. Und auch in der Schweiz wurden allein bei privaten Paket- und Expressdienstleistern bisher weit über 3000 Arbeitsplätze geschaffen.

Im Monopolbereich sind die Preise hoch und generieren Monopolrenten, die auch Preisverbilligungen bei den nicht reservierten Diensten zulassen (Quersubventionierung). Darauf lässt die jüngst von der Post mit PostReg getroffene Einigung über die ungedeckten Kosten des Poststellennetzes schliessen. Diese dürfen ab 2008 nur noch 200 statt 400 Mio. CHF betragen. Das heisst, dass im Monopolbereich die Preise entsprechend zu hoch und im Wettbewerb zu tief angesetzt waren. Ein attraktives Preisniveau für Konsumenten und Geschäftskunden kann nur mit Wettbewerb erzielt werden. Bei der Post fehlen Anreize für Preissenkungen bei den Briefen. So hat die Post vor nicht allzu langer Zeit eine 100-g-Preisstufe eingeführt, welche ihr Millionenerträge in die Kassen spült. Obwohl Preissenkungen gerade in konjunkturschwachen Zeiten belebend wären.

Es ist bekannt, dass die Postmarktöffnung für Konsumenten und Geschäftskunden Vorteile bringt, den Universaldienst weiterhin garantiert und Arbeitsplätze schafft. Grund genug, die Liberalisierung des Postmarktes zügig voranzutreiben. Dies allein genügt aber nicht. Es muss verhindert werden, dass die vorgesehene Liberalisierung zur Farce wird und die Post über Aufkäufe von Konkurrenten ihr Monopol weiter zementiert.

Dossier Postmarkt

Ungleiche Spiesse im Wettbewerb

Der Verband KEP & Mail hat ein Dossier zum Postmarkt in der Schweiz zusammengestellt. Im ersten Teil werden die heutigen Privilegien der Post beleuchtet. Der zweite Teil zeigt auf, welche Auswirkungen sich dadurch für den Wettbewerb und damit für die Konsumenten und die gesamte Wirtschaft in der Schweiz ergeben.

Das Dossier kann heruntergeladen werden auf der Website des Verbandes unter www.kepmail.ch > Downloads oder direkt als Druckversion bestellt werden bei position@kepmail.ch bzw. über Tel. 031 357 38 57, Fax 031 357 38 58.

Vorstand KEP&Mail

Präsident

Peter Sutterlüti
Geschäftsführender
Partner
simpuls ag
Thunstrasse 17
3000 Bern 6

Mitglieder des Vorstands

Dr. Martin Müller-Duysing
CEO Alps
DHL Express (Schweiz) AG
Pumpwerkstrasse 51
8105 Regensdorf

Dr. Jean-Noël Rey
Delegierter
des Verwaltungsrates
MediaPost SA
Avenue Rothorn 8
3960 Sierre

PosiTion ist das offizielle Sprachrohr des Verbandes KEP&Mail und erscheint regelmässig zu aktuellen Themen rund um den Postmarkt. *PosiTion* ist auch elektronisch erhältlich und kann auf der Website abonniert werden unter www.kepmail.ch.

Impressum

Herausgeber
Verband KEP&Mail
Thunstrasse 17
Postfach 343, 3000 Bern 6

Verantwortlich
Peter Sutterlüti
Präsident KEP&Mail
Tel. 031 357 38 57
Fax 031 357 38 58
E-Mail: position@kepmail.ch
www.kepmail.ch

Konzept und Redaktion
Maurer Partner Communications AG, Bern

Gestaltung
Scarton + Stingelin, Liebefeld-Bern

Druck
Druckerei Gläuser AG, Fraubrunnen

Keine Postliberalisierung ohne gleich lange Spiesse

Der Wettbewerb im Postmarkt entsteht nicht allein mit der Abschaffung des gesetzlichen Monopols. Er erfordert gleichzeitig Rahmenbedingungen, die es den potenziellen Wettbewerbern ermöglichen, überhaupt in den Markt einzutreten. Dazu gehören zwingend der Zugang zur Infrastruktur der Post zu markt-gängigen Preisen sowie die Gleichstellung beim Nachtfahrverbot.

Wenn der Briefmarkt geöffnet wird, haben es neue Unternehmen schwer, sich im Markt einen Platz zu erobern. Die Spiesse im Wettbewerb sind ungleich lang und die Post als ehemaliger Monopolbetrieb besitzt viele Vorteile, die das Unternehmen noch auf Jahre hinaus privilegieren:

- Image bei den Kunden
- Verankerung in der Bevölkerung
- Marktbeherrschung, auch bedingt durch den Grundversorgungsauftrag
- Skalenvorteile
- hoher Markenwert
- integrierte Dienstleistungspalette
- grosszügige flächendeckende Infrastruktur

Umso wichtiger ist es, dass überall dort, wo überhaupt Möglichkeiten zur Gleichbehandlung bestehen, diese im Sinne von flankierenden Massnahmen im Gleichschritt mit der weiteren Marktöffnung eingeführt werden. Für einen funktionierenden Wettbewerb ist es unerlässlich, die beiden folgenden Massnahmen ohne Verzug umzusetzen.

Erstens: Die Gleichbehandlung beim Nachtfahrverbot ist ein altes Postulat, das immer wieder verschleppt wird. Dies obwohl bekannt ist, dass auch private Dienstleister freiwillig Universaldienstleistungen in allen Regionen der Schweiz erbringen. Dabei geht es lediglich um rund 20 gezielte Fahrten, welche die privaten Dienstleister heute nicht ausführen dürfen. Ihre Sendungen kommen deshalb regelmässig später bei den Kunden an als diejenigen der Post. Dies wirkt sich nachteilig auf Wettbewerbsfähigkeit und Kundenzufriedenheit aus. Die pauschale Ausnahmeregelung für die Post hat zudem hemmende Auswirkungen auf die Bahn, die es nicht fertigbringt, für die vergleichsweise kleinen Volumen der privaten Dienstleister adäquate und flexible Lösungen zu bieten. Eine rasche Änderung der Verkehrsregelverordnung zugunsten der Kunden ist dringend nötig und kann direkt durch den Bundesrat eingeführt werden.

Zweitens: Der Zugang zu den Infrastrukturen der Post muss möglich werden. Wenn ein privater Anbieter heute die Verteilung von Briefen über 100 g anbieten will, so kann er vom Kunden kaum verlangen, dass dieser die Briefe unter 100 g selbst aussortiert und separat zur Post bringt. Der Dienstleister wird also auch diese Sendungen mitnehmen, sie im Auftrag der verschiedenen Kunden bündeln und schliesslich der Post übergeben. Heute wird der private Dienstleister nicht als Kunde der Post betrachtet, sondern nur derjenige, der den Brief erstellt hat. Entsprechend erhält der Private keine Sonderkonditionen und Mengenrabatte wie die Geschäftskunden. Gleich lange Spiesse würde bedeuten, dass der Dienstleister für seine Vorleistungen entschädigt wird und gleich behandelt wird wie die Grosskunden. Das ist der erste und einfachste Schritt auf dem Weg zum geregelten Infrastrukturzugang. Heute definiert die Post selbst, wen sie als Kunde anerkennt. Die Post ist anzuhalten, auch die privaten Dienstleister ab sofort als Geschäftskunden zuzulassen.

Im Rahmen des neuen Postgesetzes ist zudem der gesamte Infrastrukturzugang umfassend zu regeln. Es geht um die Benutzung der Sortierzentren, Transporte, Poststellen, Postfächer, Zustelldienste usw. Dieses Begehren ist nur logisch: Die Post konnte nämlich ihre Infrastruktur als Staatsbetrieb unter Monopolschutz schaffen und diese Infrastruktur gehört allen. Wenn der Zugang zu betriebswirtschaftlichen Bedingungen erfolgt, so ist diese Regelung auch für die Post interessant, weil bei zunehmender Liberalisierung ein Teil der Post-Infrastruktur zusätzlich durch private Dienstleister benutzt und ausgelastet wird.

Ohne Infrastrukturzugang erhalten die Kunden keine gleichwertigen Alternativen zur Post. Der Aufbau flächendeckender Infrastrukturen durch private Dienstleister dauert zu lange, ist kostenintensiv und schafft unnötige Doppelspurigkeiten.

Fazit: Die Liberalisierung des Postmarktes kann den Kunden nur attraktive Alternativen bringen, wenn als flankierende Massnahmen der Zugang zu den Infrastrukturen der Post sowie die Gleichbehandlung beim Nachtfahrverbot eingeführt werden. Sofortmassnahmen können im Grundsatz sehr rasch vom Bundesrat umgesetzt werden.