

Position

Editorial

Es ist symptomatisch: Der neue Erlass zur Postordnung heisst wie eh und je Postgesetz statt Postmarktgesetz. Das wäre bedeutungslos, wenn der Inhalt des Gesetzes nicht genau diesen heimatschützerischen Geist widerspiegeln würde. Der Schweizerischen Post werden weiterhin alle Privilegien gewährt, während die privaten Anbieter das Nachsehen haben. Die Befürworter von mehr Wettbewerb und die Vertreter der Kunden wurden zwar vom UVEK in eine Kommission aufgeboten, allerdings fand keiner ihrer Vorschläge Gehör. Eine reine Alibiübung! Das Parlament ist nicht zu beneiden, wenn es aus dieser mutlosen Vorlage ein griffiges, wirksames Gesetz machen will, das Anreize für Investitionen und neue Arbeitsplätze schaffen kann. Kosmetik genügt hier in keiner Weise.



Peter Sutterlüti, Präsident

Mit dem neuen Postgesetz Wirkung im Markt und bei den Kunden erzielen!

Das vom Bundesrat ausgearbeitete Postgesetz bewirkt in der vorliegenden Form keine Änderung in der heutigen Wettbewerbssituation. Unter diesen Voraussetzungen besteht auch keine Veranlassung, die Post in eine Aktiengesellschaft umzuwandeln. Das Postgesetz muss daher deutliche Korrekturen erhalten, damit die Kunden auch bei der Briefpost vom Wettbewerb profitieren können und die Qualität im Postmarkt auf einem hohen Niveau bleibt.

Nachfolgend zeigt KEP&Mail in vier Schlüsselbereichen auf, was getan werden müsste, um das Postgesetz zu einem wirkungsvollen Gesetz im Interesse und zum Vorteil der Kunden zu entwickeln.

1. Der integrale Zugang zu den Dienstleistungen der Post dient allen – auch der Angebotsverbesserung in ländlichen Regionen

Der Vorschlag der ständerätlichen Verkehrskommission, eine freiwillige, kommerzielle Regelung ohne gesetzliche Zugangspflicht und ohne den Regulator als Schiedsrichter ins Gesetz aufzunehmen, ist untauglich und wir-

kungslos. Ebenso wenig nützt die Beschränkung auf die Postfächer wie im Artikel 5 des Bundesratsvorschlages vorgesehen. KEP&Mail hat die kommerzielle Regelung mit der Post im Paketbereich bereits durchexerziert und leider keine befriedigenden Vereinbarungen treffen können, von der Anfechtbarkeit ganz zu schweigen.

Notwendig ist eine Bestimmung, die den Zugang auf allen Stufen, d.h. Annahme bei den Poststellen, Transport, Sortierung, Hauszustellung, Postfach, gesetzlich vorschreibt.

Diese auf die ganze Wertschöpfungskette verteilten Postinfrastrukturen gehören nicht der Post allein, sondern sind «Staatserbe» und daher zu marktmässigen Bedingungen auch den anderen Dienstleistern zur Verfügung zu stellen. Desgleichen sind die privaten Dienstleister von der Post als Geschäftskunden zu akzeptieren, d.h., dass diese für die gebündelte Aufgabe von Sendungen verschiedener Kunden dieselben Preise und Rabatte erhalten wie ein Geschäftskunde. Dieser Grundsatz muss im neuen Gesetz verankert werden.

Der Zugang zu den Poststellen und zur Hauszustellung wirkt sich direkt auf die Vielfalt der Versorgung mit Postdienstleistungen aus. Dadurch wird ermöglicht, dass in Poststellen peripherer Regionen auch Angebote anderer Dienstleister wie z.B. DHL oder DPD genutzt werden können. Eine Neutralisierung der Infrastruktur und ein Angebot von konkurrenzierenden Dienstleistungen sichert die Postversorgung in Landregionen deutlich besser als eine Monopolsituation. Die Post wird den Service in jedem Fall weiter straffen. Dieser Prozess kann nur mit einer weiteren Liberalisierung und der Zulassung privater Anbieter zu den Posteinrichtungen gebremst werden. Dieser Dienstleistungszugang sichert der Post zudem die Auslastung ihrer Infrastrukturen bei sinkenden Volumina.

Liberalisierungsmonitor der Postmärkte

Die Schweiz als Schlusslicht: Gewichtsgrenzen für die freie Briefbeförderung in Europa

Land	Monopol heute	Nächste Schritte
Schweden	Volle Marktöffnung seit 1993	
Finnland	Volle Marktöffnung seit 1995	
Grossbritannien	Volle Marktöffnung seit 2006	
Deutschland	Volle Marktöffnung seit 2008	
Niederlande	Volle Marktöffnung seit 2009	
Italien, Spanien	Monopol bis 50 g ausgenommen Massensendungen	Volle Marktöffnung 2011
Österreich, Frankreich, Portugal, Belgien	Monopol bis 50 g	Volle Marktöffnung 2011
Nachzügler EU		Volle Marktöffnung 2013
Schweiz	Monopol bis 50 g	Volle Marktöffnung nach 2013

→ Fortsetzung Rückseite

Vorstand KEP&Mail

Präsident

Peter Sutterlüti
Geschäftsführender
Partner
simpuls ag
Thunstrasse 17
3000 Bern 6

Mitglieder des Vorstands

Thomas Knecht
Regional Director
G3 Worldwide Mail
(Switzerland) AG
Neumattstrasse 30
5000 Aarau

Dr. Martin Müller-Duysing
CEO
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 von KEP&Mail
und kann auf der Website
www.kepmail.ch abonniert
werden.

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
deelite productions, Bern

Druck
Druckerei Glauser AG, Fraubrunnen

2. Nur eine neutrale Betriebsgesellschaft betreibt das Management von Adressdatenbanken diskriminierungsfrei

Das Adressmanagement erhält eine immer grössere Bedeutung. Im Wettbewerb der Briefzustellung spielt der Austausch von Adressdaten eine zentrale Rolle. Adressen und Mutationen müssen für alle Operateure in nicht diskriminierender Weise und zu gleichen Bedingungen zur Verfügung stehen. Der Adressenaustausch ist hochsensibel, sodass er nur durch eine im neuen Gesetz verankerte Neutralisierung der Adressbestände und -mutationen in einer privaten, nicht von einem einzigen Operateur dominierten Gesellschaft gelöst werden kann. Mit dem jetzigen Vorschlag im Artikel 6 wird das Adressmanagement jedoch allein der Post übertragen.

Einerseits beeinflusst die Adresse die Zustellqualität, andererseits stellt sie den Zugang zu den Kunden dar. Die Post macht heute mit ihrem Adressänderungsdienst ein doppeltes Geschäft: Sie reduziert damit Kosten durch Fehlzustellungen und verdient mit dem Verkauf der Adressänderungen an die Versender.

3. Die allgemeine Meldepflicht steht im Widerspruch zu den Privilegien der Post

Mit der Einführung der Meldepflicht für alle Dienstleister will der Bundesrat gemäss Botschaft zum Postgesetz die Gleichstellung aller Meldepflichtigen erreichen. Der Gesetzesinhalt trägt diesem Grundsatz aber in keiner Weise Rechnung. Damit der Markt funktioniert, sind beim Nacht- und Sonntagsfahrverbot und bei der unentgeltlichen Nutzung des Bodens gleiche Regeln zu schaffen. Der Post verbleiben immer noch wesentliche, historisch gewachsene Vorteile wie Marktbeherrschung, flächendeckende Infrastruktur, Image und Goodwill bei den Kunden.

Entweder muss die Post das Nacht- und Sonntagsfahrverbot künftig auch einhalten, oder die privaten Dienstleister dürfen in der Nacht und am Sonntag fahren wie die Post.

Die Grundversorgung ist als Begründung nicht stichhaltig. Erstens stellt die Post in ländlichen Regionen ihre Sendungen immer häufiger erst am Nachmittag zu, und zweitens spielen private Dienstleister eine immer wichtigere Rolle bei der Grundversorgung, indem sie in der ganzen Schweiz Sendungen abholen und zustellen (Marktanteil heute ca. 20%).

Nicht nur die Post, sondern alle Dienstleister müssen ihren Kunden den Zugang zu den Dienstleistungen so einfach wie möglich gestalten. Die unentgeltliche Nutzung des Bodens für postalische Einrichtungen darf deshalb nicht nur der Post gestattet werden. Wenn Konkurrenten neben der Post eigene Briefkästen aufstellen wollen, wie dies im Ausland der Fall ist, so ist es nicht zulässig, dass die Post für diese oder andere postalische Einrichtungen den Boden unentgeltlich nutzen darf und die privaten Dienstleister nicht. Entweder gilt das Privileg für alle meldepflichtigen Unternehmen oder für niemanden.

4. Ein neues Postgesetz ohne weitere Liberalisierung ist ein Rückschritt

Die Hürde scheint zu gross, ins Gesetz einen Zeitpunkt für die vollständige Liberalisierung aufzunehmen, obwohl dies eigentlich nötig wäre. Damit nicht die Gefahr besteht, ein Eventualgesetz mit unbestimmter Wirkung zu schaffen, sollten im Artikel 17 des neuen Postgesetzes wenigstens die Massensendungen vom Monopol ausgenommen werden. Als Massensendung kann die gleichzeitige Aufgabe von mehr als 500 Briefen vom gleichen Absender definiert werden. Mit einer solchen Regelung wird dem weit verbreiteten Bedürfnis von Geschäftskunden Rechnung getragen, den Dienstleister auch unabhängig vom Gewicht frei auswählen zu können. Bei dieser Lösung verbleiben immer noch etwa 50% der Briefe im Monopol und die Post kann auch längerfristig einen Marktanteil von 90 bis 95% halten.

Diese Regelung orientiert sich am Liberalisierungsvorgehen anderer Länder. So sind in Österreich heute persönlich adressierte Briefsendungen vom reservierten Postdienst ausgenommen, wenn es sich um «Direktwerbung» handelt, was typischerweise mit einer Aufgabemenge von mehr als 500 Sendungen einhergeht. In Deutschland wurden frühere Liberalisierungsetappen ebenfalls mit der Freigabe von Massensendungen gekoppelt.

Fazit: Es bestehen noch Chancen, das postfreundliche Postgesetz in Richtung eines wirkungsvollen Postmarktgesetzes zu entwickeln.