

FAKTENBLATT: POSTMARKT

mehr wettbewerb im postmarkt

Die durchgeführte Gesetzesrevision von Post- und Postorganisationsgesetz machte die Post zur AG, ohne den Markt vollständig zu öffnen. Nach wie vor hat die Post ein Monopol auf Briefe bis 50 Gramm Gewicht. Und auch im Wettbewerbsbereich fehlen gleiche Bedingungen für private Anbieter. So ist kein fairer Wettbewerb im Postmarkt möglich. Die Gefahr der Querfinanzierung zwischen Monopol und Wettbewerbsbereich besteht weiterhin. Die Kunden werden um Verbesserungen der Preis-Leistungs-Verhältnisse gebracht.

- ▶ Das Monopol der Post für Briefe bis 50 Gramm Gewicht ist abzuschaffen.
- ▶ Die vollständige Marktliberalisierung bringt der Kundschaft innovative und qualitativ hochstehende Angebote, günstige Preise und eine verbesserte Grundversorgung.
- ▶ Die wettbewerblichen Benachteiligungen privater Anbieter sind zu eliminieren. Sie verhindern kundenfreundliche Angebote.
- ▶ Die Poststellen-Initiative ist kontraproduktiv und abzulehnen.

POST IST NICHT AUF MONOPOLSTELLUNG ANGEWIESEN

Die Post verfügt noch immer über das Monopol im wichtigsten Bereich der Briefpost (Briefe bis 50 Gramm Gewicht).

Mehr Freiheiten für die Post, weniger Wettbewerb

Ursprünglich hat der Bundesrat in seiner Botschaft von 2009 zur Totalrevision des Postmarktes eine Marktöffnung vorgesehen. Postorganisationsgesetz und Postgesetz wurden unter anderem mit diesem wichtigen Ziel in die parlamentarische Vernehmlassung gesendet. Im Laufe der Ausgestaltung der Totalrevision wurden zwar die unternehmerischen Freiheiten der Post gestärkt, die die Post im Rahmen eines liberalisierten Marktes benötigt hätte. Die Marktöffnung selbst wurde jedoch aus der Vorlage gestrichen. Im neuen Postgesetz ist lediglich eine Marktevaluation durch den Bundesrat festgeschrieben. Er unterbreitet der Bundesversammlung bis spätestens drei Jahre nach Inkrafttreten des Postgesetzes einen Bericht mit Vorschlägen für das weitere Vorgehen. Das neue Postgesetz tritt voraussichtlich 2012 in Kraft.

Post zur Grundversorgung verpflichtet

Das Parlament hat diese ungenügende Gesetzesrevision gutgeheissen. Im Rahmen des Postorganisationsgesetzes wurden die grösseren unternehmerischen Freiheiten der Post – z. B. die Unterstellung des Personals unter das Obligationenrecht – angenommen. Dies bei gleichzeitiger Beibehaltung des Monopols im wichtigen Briefpostbereich bis 50 Gramm Gewicht. Ohne hier den Wettbewerb zuzulassen, stellen die neuen Freiheiten der Post eine zusätzliche einseitige Stärkung dar. Das ist nicht nachvollziehbar, denn die Post selbst beteuerte mehrmals, dass sie nicht auf das Monopol angewiesen ist. Dies zeigen seit Langem auch die Zahlen des Postregulators (PostReg). Die Schweizerische Post ist verpflichtet, alle Dienstleistungen der Grundversorgung anzubieten. Diese umfassen die Beförderung von adressierten Briefen (bis 1 Kilogramm), von Paketen (bis 20 Kilogramm) sowie von abonnierten Zeitungen und Zeitschriften, Einzahlungen, Auszahlungen und Überweisungen. Die landesweite Versorgung mit Dienstleistungen des Post- wie auch des Zahlungsverkehrs (Grundversorgung) wirft seit Jahren jeweils einen beträchtlichen Gewinn ab. Sie ist seit Jahren deutlich überfinanziert.

KURZ ERKLÄRT

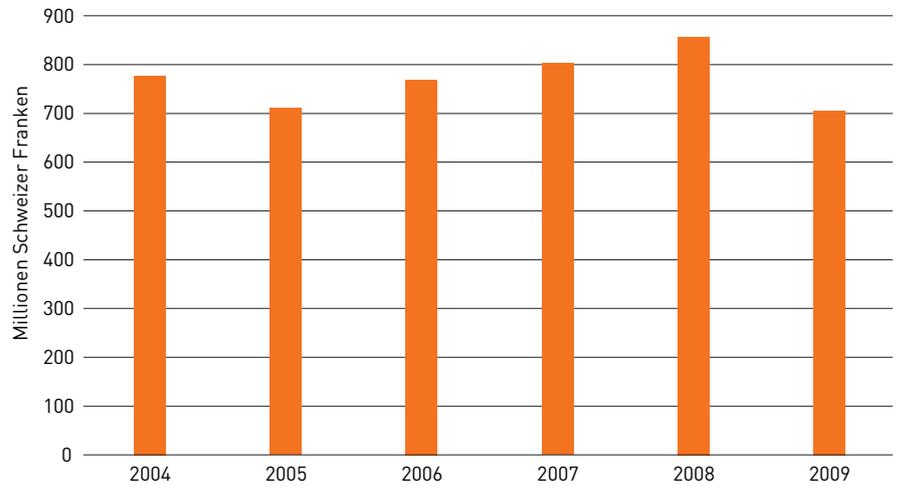
POSTREG

Die Postregulationsbehörde (PostReg) nimmt Regulationsaufgaben im Schweizer Postwesen wahr. Sie wurde 2004 gegründet und ist administrativ dem Generalsekretariat des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) unterstellt. Sie hat die Qualitätssicherung im Bereich der Grundversorgung zum Auftrag und die Einhaltung des Quersubventionierungsverbots sowie die Einhaltung der Grundsätze der Kosten- und Leistungsrechnung zu gewährleisten. Sie wird im Rahmen des neuen Postgesetzes durch eine fünf- bis siebenköpfige Postkommission (PostCom) ersetzt, die unabhängig ist und keinen Weisungen des Bundesrats oder von Verwaltungsbehörden untersteht.

GRUNDVERSOR- GUNG ÜBER- FINANZIERT

Die Grundversorgung (landesweite Versorgung mit Dienstleistungen des Post- wie auch des Zahlungsverkehrs) wirft seit Jahren einen beträchtlichen Gewinn ab.

Ergebnis Grundversorgung der Post (2004 bis 2009)



Quelle: Diverse Tätigkeitsberichte der PostReg

Postmonopol setzt falsche Anreize

Die regelmässig publizierten Finanzzahlen der Schweizerischen Post zeigen, dass die Post unternehmerisch gut aufgestellt und fit für den Wettbewerb ist. Im Jahr 2010 erwirtschaftete sie insgesamt einen Gewinn von fast einer Milliarde Franken. Ihr Monopol auf Briefen bis 50 Gramm Gewicht ist unnötig. Es verleitet die Post dazu, ihre in diesem Bereich erwirtschafteten Gewinne für Querfinanzierungen in Wettbewerbsbereichen oder im (defizitären) Auslandsgeschäft einzusetzen. Dies geht zulasten von anderen Anbietern, die nicht über ein solches Monopol verfügen.

LIBERALISIERUNG VERBESSERT ANGEBOTE

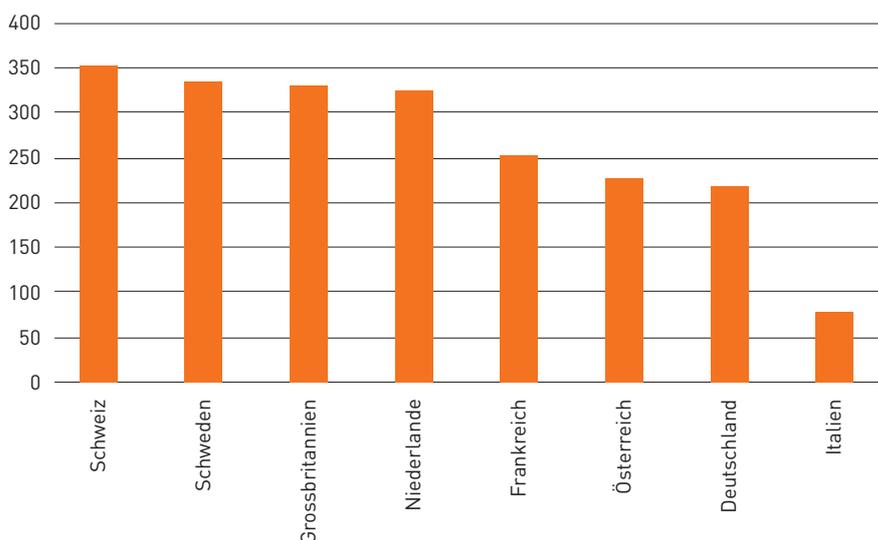
Postmonopol für Kunden wertlos

Die Schweizerische Post beklagt oft die schwierigen Marktbedingungen und rückläufige Briefmengen. Tatsache ist jedoch, dass die Sendungsmengen in der Schweiz hoch und zwischen 2000 und 2009 sogar leicht gestiegen sind. Weil die Schweiz auch eine hohe Bevölkerungsdichte aufweist, sind die Marktbedingungen für die Schweizerische Post im Vergleich zum europäischen Ausland sehr gut.

SENDUNGS- MENGEN IMMER NOCH HOCH

Die Anzahl der versendeten Briefe, Pakete und Werbung in der Schweiz ist nach wie vor hoch.

Sendungsmengen pro Kopf (ohne Presse, 2008)



Quelle: WIK-Consult (2010)

Liberalisierung bringt Vorteile für Kunden

Der geöffnete Markt für Paketpostanbieter zeigt, dass der Wettbewerb die Preise und das Angebot verbessert hat.

Seit 2004 ist der Schweizer Paketmarkt vollständig liberalisiert. Das Resultat ist positiv. Neben den attraktiven Preisen haben sich die Angebote verbessert. Die PostReg schreibt in einer ihrer Medienmitteilungen unmissverständlich: «Private Anbieter stellen vermehrt alternative Dienstleistungen zur Verfügung. Beispielsweise holen sie Pakete beim Kunden direkt ab, bieten mehrere Zustellversuche an oder versichern die Ware.»

Die erfolgten Gesetzesrevisionen des Post- und Postorganisationsgesetzes sind keine adäquate Antwort auf diese Realität. Aus Kundensicht bringt eine Liberalisierung verbesserte Öffnungszeiten, attraktivere Preise und bedürfnisgerechte Angebote. Die Post selbst benötigt kein Briefmonopol, wie sie selbst sowie auch ihre Finanzzahlen und neuen Ausrichtungen immer wieder bestätigen. Die vorgenommene Gesetzesrevision führt dazu, dass die Post unternehmerisch gestärkt wird, ohne dass sie komplett dem freien Markt ausgesetzt ist. Diese Asymmetrie – kombiniert mit bestehenden Wettbewerbsverzerrungen z.B. im Adressverwaltungsbereich oder der Nachtfahrbewilligungen zugunsten der Post – schwächt die Position der Kunden. Der Postmarkt sollte jedoch besser heute als morgen geöffnet werden, damit sich die wiederholt hohen finanziellen Gewinne der Post endlich auch für deren Kunden auszahlen.

Neue Form von Poststellen

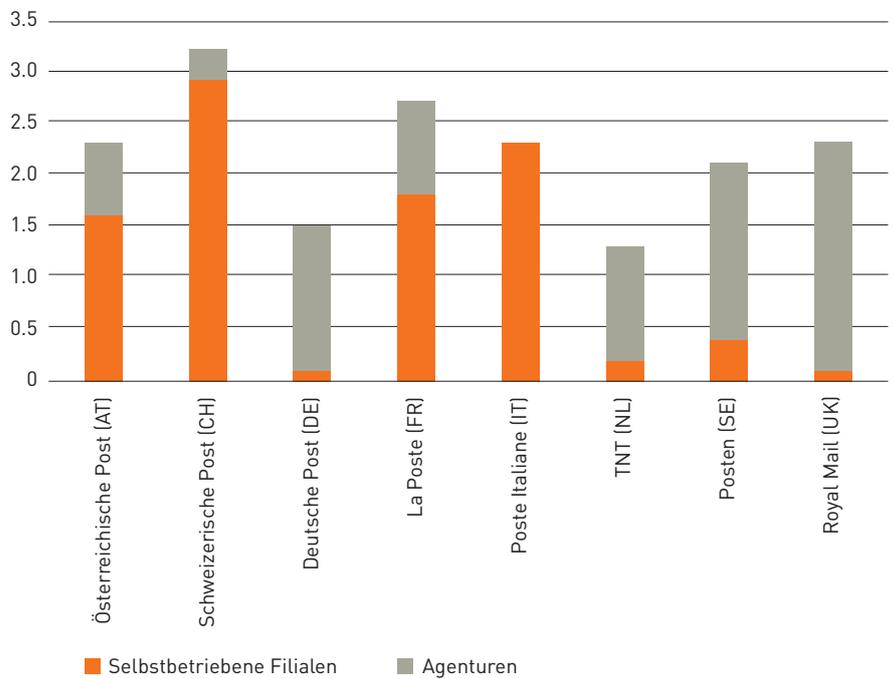
Agenturlösungen in Randgebieten wirken sich auch für das lokale Gewerbe und die Kunden positiv aus.

Agenturlösungen zeichnen sich dadurch aus, dass die Post mit Partnern wie zum Beispiel Einzel- oder Detailhändlern und Bahnen zusammenarbeitet, die in ihrem Auftrag das Postgeschäft betreiben. Eine Agentur entspricht sozusagen einer «Post im Dorfladen». Vorteile sind insbesondere deutlich längere Öffnungszeiten und aufgrund der Kombination der ursprünglichen Dienstleistungen mit Postleistungen eine Sicherstellung der Grundversorgung zu günstigeren Kosten als bei klassischen Poststellen. In Grossbritannien, Deutschland, Niederlande und Schweden fällt der hohe Anteil der Agenturen auf. In der Schweiz ist der Agenturanteil sehr tief. Der Liberalisierungsgrad der Märkte und damit der Wettbewerbsdruck auf die Post erklären mitunter diesen hohen Anteil. Während der Postmarkt in Schweden bereits im Januar 1993 vollständig liberalisiert und damit der Effizienzdruck auf die Post gross wurde, Agenturlösungen umzusetzen, wartet man in der Schweiz weiterhin auf die vollständige Öffnung im Briefpostmarkt. Eine Auswirkung der Initiative «Für eine starke Post», die die Umwandlung von Poststellen in Agenturen verhindern soll, wird vor diesem Hintergrund besonders deutlich: eine klare Verschlechterung der Situation für Konsumentinnen und Konsumenten und die Schweizerische Post.

HOHE DICHTEN VON POST- STELLEN

Die Anzahl Agenturen und selbstbetriebener Filialen der Postuniversaldienstleister pro 10'000 Einwohner ist in der Schweiz sehr gering.

Agenturen und selbstbetriebene Filialen (2008)



Quelle: WIK-Consult (2010)

Wird eine Poststelle als Agentur an ein Geschäft angeschlossen, profitieren die Postkunden von längeren Öffnungszeiten und von Postdiensten, die in ihrer Nähe angeboten werden. Sowohl die Post wie das jeweilige Geschäft haben aufgrund von Synergieeffekten eine grössere Chance, langfristig rentabel zu wirtschaften. Gerade in Randregionen sind flexible Kooperationen eine gute Möglichkeit, die Servicequalität auch im Postbereich zu verbessern. Agenturen helfen dort sogar dem lokalen Gewerbe. Wird diese Möglichkeit verhindert, sieht die Zukunft für die Kundinnen und Kunden düster aus: Zwar gibt es weiterhin Poststellen, die Servicequalität sinkt jedoch und die Preise steigen.

POSTSTELLENINITIATIVE SCHLECHT FÜR KONSUMENTEN



SCHWEIZ IM RÜCKSTAND

In Europa sind die Postmonopole bereits auf den 1. Januar 2011, mit Ausnahme einiger weniger Länder (z. B. Bulgarien, Rumänien), gefallen.

Staatliche Kontrolle verbessert Angebote nicht

Die im September 2010 eingereichte Initiative mit dem irreführenden Titel «Für eine starke Post» führt zu kürzeren Öffnungszeiten, weniger Dienstleistungen für die Kundschaft und höheren Preisen. Dabei wirkt der Titel der Initiative auf den ersten Blick sympathisch. Gerade aber die Schweizerische Post, die den Grundversorgungsauftrag per Gesetz erbringen muss, wehrt sich gegen diese Initiative. Dies zu Recht, denn staatliche Kontrolle und Planung verbessern die Grundversorgung nicht. Wie zahlreiche Beispiele im europäischen Ausland zeigen, sind für die Kundinnen und Kunden flexible Lösungen mit Agenturen die bessere Strategie. Die Post muss sich den ändernden Rahmenbedingungen anpassen können, um die Grundversorgung in guter Qualität anbieten und weiterhin erfolgreich wirtschaften zu können.

Grundversorgung sichern, nicht Poststellen erhalten

In der Poststellen-Initiative werden diese Fakten verschwiegen und der Eindruck erweckt, staatliche Planung würde bessere Ergebnisse produzieren als ein marktwirtschaftliches System. Besonders eindrücklich lässt sich dies am Beispiel der Poststellen illustrieren. Wird eine Poststelle geschlossen, dann sei dies laut den Befürwortern ein Abbau des Service public. Das Ziel des Grundversorgungsauftrags sind aber nicht Poststellen per se, sondern die angebotenen Postdienstleistungen.

Die Initiative will das durch ihr gefordertes Agenturverbot entstehende Defizit durch Gewinne einer staatlich finanzierten Postbank finanzieren. Diese schädliche Querfinanzierung ist strikte abzulehnen. Sie erhöht die Risiken für Schweizer Steuerzahler. Letztlich schafft dies auch einen neuen Interessenkonflikt beim Bund, der dann nicht nur Regulator (FINMA), sondern auch Eigentümer (Postbank) sein wird.

POSTMARKT ÖFFNEN

Wettbewerbsfähigkeit verbessern

Neben den unternehmerischen Freiheiten, die die Post im Rahmen der Gesetzesrevision erhalten hat, muss sichergestellt werden, dass die Effizienzsteigerungen in Form von Preissenkungen und Leistungsverbesserungen den Kunden zugute kommen. Dies geschieht nur, wenn das Monopol fällt und der Markt vollständig geöffnet wird. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass der europäische Postmarkt auf den 1. Januar 2011 geöffnet wurde.

Trotz Monopol: Gleichbehandlung der Anbieter

Um kundenfreundliche Dienstleistungen zu günstigen Preisen zu ermöglichen, muss der Postmarkt geöffnet werden.

Der einzige Garant für ein langfristig gutes Preis-Leistungs-Verhältnis für die Kunden ist ein gut spielender Wettbewerb. Dies gilt auch im Bereich der Post. Eine einseitige Stärkung der Post bei den bestehenden Rahmenbedingungen geht immer zulasten der Kunden. Das bestehende Monopol ist zur Sicherstellung der Grundversorgung nicht nötig. Der Grundversorgungsauftrag muss nicht zwingend mit einem Monopol gelöst werden. Allen voran ist es ein lukratives Geschäft für die Schweizerische Post. Diese ist gegenüber anderen Anbietern auch bezüglich weiterer Bedingungen bessergestellt. Hier braucht es Verbesserungen: Insbesondere ist die Gleichbehandlung bei der Nachtfahrbeurteilung, bei der Adressverwaltung und beim Zugang zu Teilleistungen zu schaffen. Ohne die verzerrungsfreie Marktöffnung verbessert sich die Situation für die Konsumentinnen und Konsumenten nicht. Auch bei einer vollständigen Marktöffnung ist damit zu rechnen, dass die Schweizerische Post der mit Abstand grösste Anbieter bleibt. Der Wettbewerbsdruck diszipliniert die Anbieter jedoch, Effizienzsteigerungen auch den Kunden weiterzureichen – in Form von attraktiven Preis-Leistungs-Angeboten.

INFOS UND AUSKÜNFTTE

Dossiers und Links

→ www.economiesuisse.ch/infrastrukturen

→ **Netzinfrastrukturen: Effizient in den Standort investieren**



Ihr Ansprechpartner bei economiesuisse

Dominique Reber
Leiter Infrastruktur, Energie & Umwelt
Mitglied der Geschäftsleitung
dominique.reber@economiesuisse.ch