

# Postmarktentwicklung in Europa. Der steinige Weg zum Wettbewerb

Alex Kalevi Dieke

DVPT Managementforum Postmarkt 2008

Frankfurt am Main, 30. Oktober 2008

# Wer ist WIK-Consult?

- WIK Wissenschaftl. Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste
  - Unabhängiges Forschungs- und Beratungsinstitut (Bundeseigentum)
  - Ca. 35 Forscher/Berater
  - 25 Jahre Erfahrung in Regulierung und Sektorpolitik
  - Telekommunikation, Post, Energiemärkte, Eisenbahn
- WIK-Consult ist eine 100%ige Tochtergesellschaft des WIK
  - Beratung und Expertise in regulierten Märkten seit 2001
  - ~ 60% vom Umsatz außerhalb Deutschlands

# Inhalt der Präsentation

**Liberalisierung in der EU**

**Länderstudien zur  
Liberalisierung**

**Was hat der  
Kunde von der  
Liberalisierung?**

Dieser Vortrag behandelt Liberalisierung und Wettbewerb im Briefmarkt, nicht in anderen Postmärkten (Paket, Express)

# Liberalisierung in der EU

## Der politische Weg zum Ende des Briefmonopols

### 1997 / 1. Postdienste-Richtlinie (97/67/EG)

- Monopolgrenzen 350 g / 5 x Preis
- Überprüfung für 2003

### 2002 / 2. Postdienste-Richtlinie (2002/39/EG)

- Absenkung Monopolgrenzen 2003 und 2006
- Unverbindliches Datum für Liberalisierung: 2009

### 2008 / 3. Postdienste-Richtlinie (2008/6/EG)

- Okt 2006: Kommission bekräftigt Enddatum 2009
- Juli 2007: Parlament schlägt Enddatum 2011 vor
- Okt 2007: Einigung im Rat. 2011 Enddatum. 2013 als Ausnahmeregelung für 11 Mitgliedstaaten

Zügige Umsetzung?



# Liberalisierung in der EU

## Langsame, “schrittweise Marktöffnung”

	<b>Gewichtsgrenze</b>	<b>Preisgrenze</b>	<b>% der Sdg. unter Gewichtsgrenze</b>
<b>1998 – 2002</b>	350 g	5 x Standardporto	91 %
<b>2003 – 2005</b>	100 g	3 x Standardporto	79 %
<b>2006 – 2010</b>	50 g	2,5 x Standardporto	72 %
<b>(– 2012)</b>	<i>(Ausnahmeregelung für elf Mitgliedstaaten, entspricht 5% des europäischen Sendungsauskommens)</i>		

Quelle: WIK

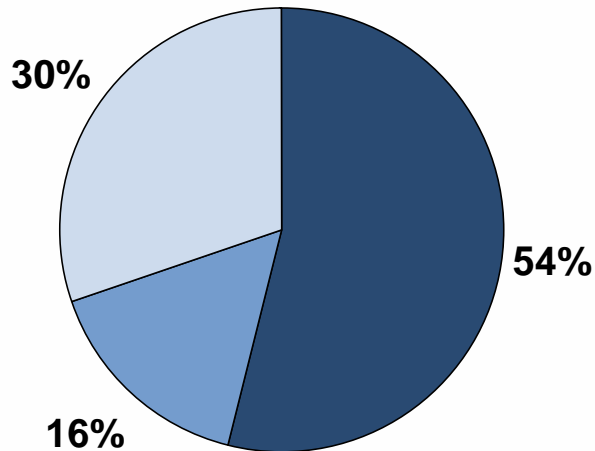
*Maximal reservierbarer Bereich:*

*Monopole nur zulässig, „soweit es für die Aufrechterhaltung des Universaldienstes notwendig ist“*

# Liberalisierung in der EU

## Über 50% aller EU-Sendungen in liberalisierten Ländern!

### Importance of national monopolies in EU (Countries weighted by mail volume)



- Fully liberalized
- Monopoly for Correspondence < 50 gram
- Monopoly for all letter post < 50 gram

Quelle: WIK

- Mehrheit der EU-Staaten erhält maximal zulässige Monopole
- Vollständige Öffnung in 5 Ländern
  - Schweden (1993)
  - Finnland (1997)
  - Großbritannien (2006)
  - Deutschland (2008)
  - Spanien (Ortspost seit jeher im Wettbewerb)
  - *Niederlande zögern (Juli 2009?)*
- Einige Länder haben Werbesendungen liberalisiert, z.B. Niederlande, Italien, Österreich, Slowenien ...

# Liberalisierung in der EU

## Schlussfolgerungen

- Insgesamt zögerliche Umsetzung der EU-Liberalisierungsvorgaben
- Manche Länder ersetzen Monopole durch restriktive Lizenzauflagen oder „Universaldienststeuern“
- Ungleiche Anwendung von Umsatzsteuer-Vorschriften
- Renaissance des Protektionismus, zum Beispiel
  - Deutschland verschob vollständige Marktöffnung von 2002 auf 2007. Einführung des Post-Mindestlohns auf Antrag der Deutschen Post AG. Absehbar negative Auswirkungen auf den Wettbewerb
  - Niederlande planten, vollständige Marktöffnung für Januar 2008 – vertagt auf Juli 2008 – dann weiter vertagt – 2009???

→ Langwieriger politischer Weg zur Liberalisierung

→ Entwicklung des Wettbewerbs wird noch länger dauern!

# Länderstudie Schweden

## Die Pioniere in Europa

<b>Marktöffnung</b>	<u>Vollständige Liberalisierung 1993</u>
<b>Marktergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nur ein starker Wettbewerber: CityMail</li><li>• CityMail stellt in Ballungsräumen zu</li><li>• Marktanteil stieg über 14 Jahre sehr langsam, heute ~ 9% (Sendungsmenge)</li><li>• Sweden Post reagierte zunächst mit aggressiven (und missbräuchlichen) Preisen</li><li>• CityMail war zwei Mal insolvent</li></ul>

- Wettbewerb im Briefmarkt entwickelt sich nur langsam!



# Länderstudie Finnland

## Liberalisierung nur auf dem Papier

<b>Marktöffnung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vollständige Liberalisierung 1993</li><li>• Sehr restriktive Lizenzaufgaben<ul style="list-style-type: none"><li>- Qualitätsziele erfordern praktisch tägliche Zustellung</li><li>- „Universaldienststeuer“, falls Wettbewerber nur in Ballungsräumen zustellen</li></ul></li></ul>
<b>Marktergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Praktisch kein Wettbewerb</li></ul>

- Marktöffnung nur de jure, nicht de facto

# Länderstudie Spanien

## Föderalismus und lokale Zustelldienste

<b>Marktöffnung</b>	<p>Das Monopol umfasst seit jeher nur überregionale Post</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ortspost im 'Wettbewerb</li><li>• Gewichts- und Preisgrenzen für überregionale Briefe</li></ul>
<b>Marktergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zahlreiche lokale Anbieter</li><li>• Marktanteil Correos (Span. Post) ~ 89 %</li><li>• Unipost entwickelt sich zu flächendeckendem Anbieter (Beteiligung DPWN)</li></ul>

- Besondere Geschichte der Ortspost in Spanien
- Spanien gehört zu den EU-Staaten mit dem intensivsten Wettbewerb!

# Länderstudie Niederlande

## Wettbewerb nur um Werbesendungen

<b>Marktöffnung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werbesendungen (Drukwerk) im Wettbewerb</li><li>• Monopol für andere Briefe (Gewichts- und Preisgrenzen)</li></ul>
<b>Marktergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Markteintritt v.a. aus dem Markt für unadressierte Zustellung<ul style="list-style-type: none"><li>- Sandd</li><li>- SelektMail (DPWN)</li><li>- Nischenanbieter, z.B. für Postfachzustellung</li></ul></li><li>• Marktanteil TNT Post ~ 88 %</li></ul>

- Zwei zusätzliche flächendeckende Anbieter für Werbesendungen
- Wettbewerber stellen nicht täglich zu (ca. 2 mal pro Woche)

# Länderstudie Großbritannien

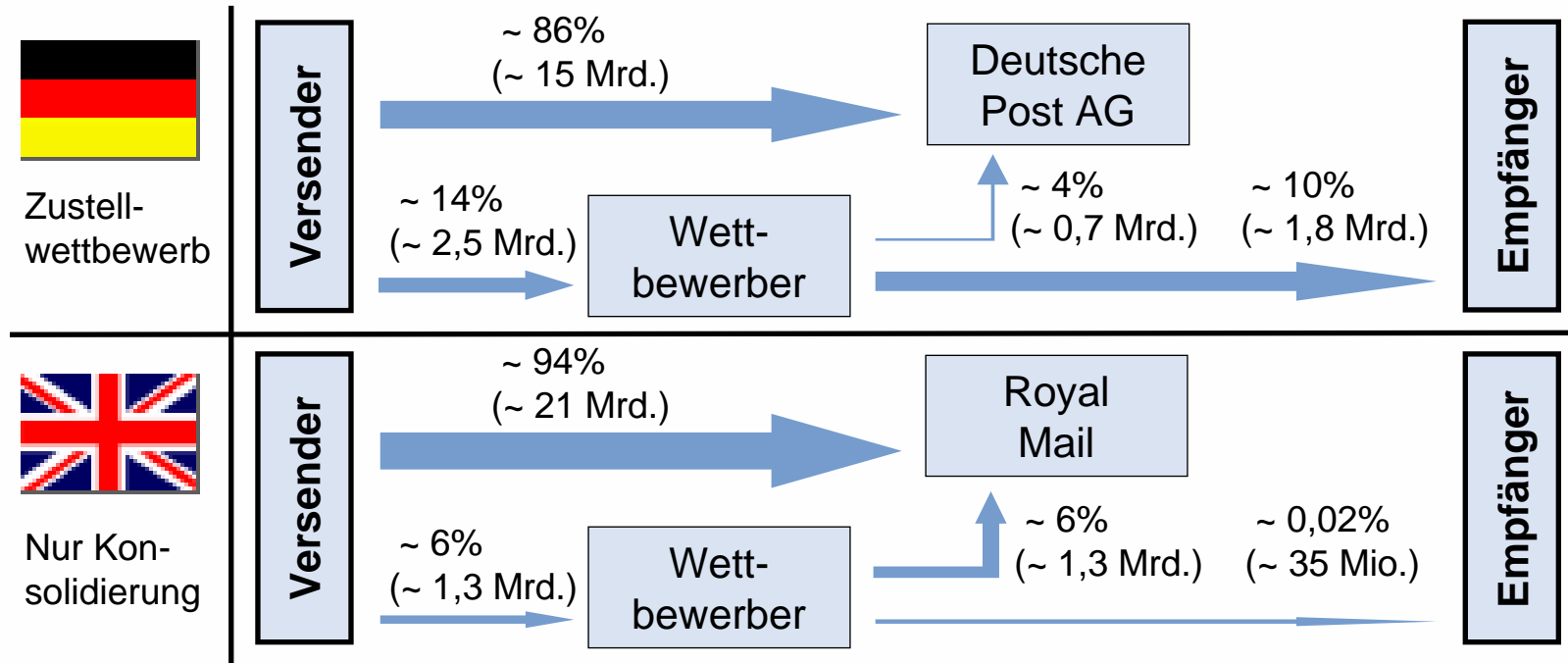
## Teilleistungszugang statt Zustellwettbewerb?

<b>Marktöffnung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Januar 2003: Massensendungen liberalisiert (&gt; 4,000 St.)</li><li>• 2004: Royal Mail bietet “access contracts” (Teilleistungen) an – unter Druck des Regulierers Postcomm</li><li>• <u>Januar 2006: Vollständige Liberalisierung</u></li></ul>
<b>Marktergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nahezu keine Wettbewerb in der Zustellung → Marktanteil Royal Mail: 99.8% in 2007/08</li><li>• Erfolgreicher Markteintritt von Konsolidierern (~ 3% der Sendungsmenge 2005/06, ~ 6% 2006/07, ~ 12% 2007/08)</li><li>• Reaktionen von Royal Mail: ‘Direct customer access’ &amp; ‘Zonal pricing’</li></ul>

- Bisher kein Wettbewerb in der Zustellung
- Offene Frage: Lohnt sich Zustellung trotz billiger Teilleistungsangebote?

# Länderstudien: Deutschland vs. Großbritannien

## Konsolidierung oder Zustellwettbewerb?



Quelle: Bundesnetzagentur

- Dt. Bundesregierung relativ zufrieden mit Erfolg der Postreformen
- Britische Regierung hoch besorgt – Independent Review Panel (Ergebnisse erwartet Oktober/November 2008)

# Liberalisierung: Was bringt's dem Kunden?

- Angebote der Wettbewerber nützen dem Kunden
  - Niedrigere Preise
  - Teils besserer Kundendienst
  - Transparente Qualität
- Wettbewerb ist Ansporn für Deutsche Post– das nützt dem Kunden
  - Niedrigere Preise (z.B. Erhöhung der Teilleistungsrabatte 2008)
  - Besserer Kundendienst?
  - Hat Kostendruck Auswirkungen auf Qualität?



**Alex Kalevi Dieke**

WIK-Consult GmbH

Postfach 2000

53588 Bad Honnef

Tel +49-2224-9225-36

Fax +49-2224-9225-63

E-Mail [a.dieke@wik.org](mailto:a.dieke@wik.org)

[www.wik-consult.com](http://www.wik-consult.com)