

ANSCHRIFT

Charlottenstr. 44
10117 Berlin

EMAIL
INTERNET

info@briefdienste-online.de
www.briefdienste-online.de

TELEFON
FAX

+49 30 / 3032 9996
+49 30 / 3032 9998

DATUM

04.05.2011



Bundesverband Briefdienste e. V. | Charlottenstr. 44 | 10117 Berlin

Monopolkommission
Heilsbachstraße 16
53123 Bonn

vorab per E-Mail: melanie.klick@monopolkommission.bund.de

**Anhörung der Monopolkommission zur Vorbereitung des Sondergutachtens zur
Wettbewerbsentwicklung im Postsektor gemäß § 44 PostG**

hier: Stellungnahme des BBD auf das Schreiben der Monopolkommission vom 07.04.2011

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Haucap,

für die mit Ihrem Schreiben vom 30.03.2011 gewährte Gelegenheit zur Stellungnahme zu den darin angesprochenen Themenbereichen und Fragen zur Wettbewerbsentwicklung im Postsektor möchten wir uns bedanken. Gern nimmt der Bundesverband Briefdienste e.V. (BBD) diese Gelegenheit wahr.

Der BBD ist aus dem ehemaligen Arbeitgeberverband Neue Brief- und Zustelldienste hervorgegangen. Er vertritt die wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Interessen seiner Mitglieder, die sich aus privaten Wettbewerbern der Deutsche Post AG im Briefbereich zusammensetzen. Dabei tritt der BBD insbesondere für einen chancengleichen Wettbewerb auf dem Briefmarkt ein.

I. Marktentwicklung

1.

Wie hat sich der Markt für Briefdienstleistungen seit der Einführung des Wettbewerbs, insbesondere in den letzten beiden Jahren, entwickelt (Marktvolumen, Preise und Qualität)? Welche weitere Entwicklung erwarten Sie sowohl kurz- als auch langfristig?

Das Marktvolumen bei Briefdienstleistungen ist – auch nach den Feststellungen der Bundesnetzagentur – in den letzten Jahren seit Einführung des Wettbewerbs in etwa gleich geblieben. Zwar gab es im Jahre 2009 aufgrund der konjunkturellen Entwicklung eine gewisse Delle, die jedoch keine strukturelle Veränderung darstellt.

Die Preise sind bedingt durch den Wettbewerb seit 2008 gesunken. Hiervon profitieren insbesondere Großkunden sowie die öffentliche Hand.

Die Qualität der Dienstleistung konnte nach und nach gesteigert werden. So haben sich viele Wettbewerber in flächendeckenden Netzen zusammen geschlossen wie z. B. die Mail Alliance, eine bundesweite Systempartnerschaft von mehr als 140 regionalen Briefdienstleistern. Fast 80 % aller Haushalte bundesweit werden über die Partnerstrukturen erreicht. Viele Unternehmen sind daher nach wie vor darauf angewiesen, für Sendungen in bestimmte Regionen, in denen kein Zustellpartner zur Verfügung steht, die Teilleistungen der DPAG in Anspruch zu nehmen.

Während die Entwicklung der Sendungsmengen insgesamt stabil ist, spüren die Wettbewerber der DPAG den zunehmenden Wettbewerbsdruck des ehemaligen Monopolisten. Die Marktpreise sind unter massivem Druck insbesondere Großkundenvolumen sind von der DPAG zurückgewonnen worden.

Wie die Bundesnetzagentur im Jahresbericht 2010 (Seite 138) richtig feststellt, besteht bis heute kein funktionierender Wettbewerbsmarkt für Briefdienstleistungen. Die marktbeherrschende Deutsche Post AG führt derzeit einen Preiskampf um öffentliche Auftraggeber und gewerbliche Kunden jeder Größe. Vermehrt wird dieser Wettbewerb über die einhundertprozentigen DPAG-Töchter Williams Lea und First Mail betrieben. Williams Lea bietet Konsolidierungsleistungen und die Zustellung durch die DPAG an. First Mail hat in

Ballungszentren einige Zustellnetze aufgebaut, welche parallel zu dem etablierten DPAG-Zustellnetz betrieben wird. Soweit die eigenen Strukturen nicht ausreichen, greift First Mail auf die DPAG zurück.

Durch den Einsatz ihrer Tochterfirmen unterbietet die DPAG ihre eigenen Preise und die der Wettbewerber. Williams Lea gewährt ihren Kunden Preise, welche den rabattierten Teilleistungsentgelten der DPAG entsprechen. Bei der DPAG selbst sind diese Rabatte für Kunden ohne erforderliche Mindestmenge nicht erreichbar. Aufschläge für die Leistungen des Konsolidierens (Abholung, Sortierung, Gewinn) werden in der Regel nur minimal erhoben. Entsprechend nimmt die Zahl der Endkunden mit Teilleistungsverträgen mit der DPAG rapide ab (vgl. Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2010, Seite 147).

First Mail bietet die Volleleistung „Abholung bis Zustellung“ zu Preisen an, welche sogar die DPAG-Teilleistungsentgelte bei Maximalrabattierung unterschreiten.

Es ist zu erwarten, dass der Preisverfall im Großkundensegment zu weiter steigenden Marktanteilen der Deutsche Post AG führt. Innovationen und Qualitätswettbewerb werden gehemmt. Der Aufbau neuer Netze wird verhindert. Bestehende Zustellnetze der Wettbewerber werden mangels Perspektive nicht erweitert.

Mittel- und langfristig ist wegen der (Re-)Monopolisierung der Wettbewerb auf allen Teilen des Briefmarkts in Gefahr. Das eingestellte Verfahren der Beschlusskammer 5 zur Überprüfung der Teilleistungsentgelte im Jahr 2010 (Az. BK5b-10/013) hat gezeigt, dass der Marktbeherrscherin bei der Entgeltfestsetzung weite Spielräume verbleiben. Dort ging es immerhin um eine Preisabsenkung für Teilleistungsentgelte von mehr als 16 Prozentpunkte, ohne dass die Beschlusskammer missbräuchliches Verhalten im Sinne des PostG feststellte.

2.

Wie hat sich der Markt für Paketdienstleistungen in den letzten beiden Jahren entwickelt (Marktvolumen, Preise und Qualität)? Welche weitere Entwicklung erwarten Sie sowohl kurz- als auch langfristig?

keine Angabe

3. Beschäftigung

a) *Wie hat sich die Beschäftigung in den letzten beiden Jahren entwickelt (Anzahl Beschäftigte, Art der Beschäftigungsverhältnisse, Lohnstruktur, Anteil Lohn- an den Gesamtkosten)? Welche weitere Entwicklung erwarten Sie?*

Die Anzahl der Beschäftigten bei den Wettbewerbern ist seit dem Inkrafttreten der vollständigen Liberalisierung im Jahre 2008 rückläufig. Hierzu hat unter anderem beigetragen, dass die DPAG gleichzeitig mit dem Inkrafttreten der vollständigen Liberalisierung ihrer Teilleistungsrabatte um 5 Prozentpunkte erhöht hat. Eine weitere Erhöhung der Teilleistungsrabatte fand zeitgleich mit dem Wegfall des Umsatzsteuerprivilegs zum 1. Juli 2010 statt. Gleichzeitig verstärkte die DPAG ihr Angebot von Teilleistungen über ihre Töchter First Mail und Williams Lea. Das potentielle zusätzliche Marktvolumen für Konsolidierer wurde damit durch die Deutsche Post und ihre Töchter weitgehend abgeschöpft.

b) *Hat sich die Beschäftigungs- sowie die Lohnstruktur in Ihrem Unternehmen nach der Feststellung der Unwirksamkeit der Postmindestlohnverordnung durch das Bundesverwaltungsgericht geändert?*

Eine Vielzahl von Wettbewerbern hat im Hinblick auf die anhängigen Klagen davon abgesehen, den verordneten Postmindestlohn zu zahlen. Dennoch hat die Entwicklung auf dem Markt dazu geführt, dass die Löhne in den untersten Lohngruppen heute höher liegen als noch vor zwei Jahren. Außerdem ist die Anzahl der Teilzeitverhältnisse nach und nach zu Gunsten der Vollzeitbeschäftigung reduziert worden. Damit reagiert der Wettbewerb auf die Anforderung nach qualifiziertem Personal. Dieses ist langfristig nur durch feste Vollzeitverhältnisse zu angemessenen, d. h. örtlich vergleichbaren, Lohnbedingen zu halten. Die derzeit von den Wettbewerbern der DPAG gezahlten Löhne liegen regional unterschiedlich und sind dort am höchsten, wo auch die höchsten Löhne für vergleichbare Tätigkeiten gezahlt werden. Wäre es bei dem Postmindestlohn geblieben, so würde es heute außerhalb weniger Ballungszentren keine alternativen Postdienstleistungen geben.

4.

Welche Rolle spielen Innovationen im Brief- bzw. im Paketbereich? Wie wichtig sind technologisch auf neuestem Stand stehende Produktionsanlagen (z.B. Postverarbeitungstechnik) für den Erfolg Ihres Unternehmens?

Der Wettbewerb auf dem Briefmarkt ist weniger technologisch als durch eine Vielzahl an Service und Produkten geprägt. Daher sind zusätzliche Serviceelemente von großer Bedeutung. So ist beispielsweise die Abholung und Übernahme der Sortierung vom Kunden oder vom Druckzentrum heute ein wichtiger Bestandteil der angebotenen Dienstleistung. Leistungsfähige Sortiermaschinen dienen der *Reduzierung von Fehlquoten und damit der Kostensenkung*. Für die Entgegennahme von Hybridsendungen (elektronischer Empfang, Ausdruck und physische Zustellung) nimmt der Bedarf an entsprechenden Datenverarbeitungsanlagen zu, soweit diese Leistungen nicht durch Lettershops oder Rechenzentren erbracht werden.

5.

Wie beurteilen Sie, drei Jahre nach der vollständigen Marktöffnung im Briefbereich, die Wechselbereitschaft der Kunden?

Mit Blick auf die dem Vergaberecht unterliegenden öffentlichen Auftraggeber ist zu beobachten, dass oftmals überlang an bestehenden Briefdienstleistern festgehalten wird. Wettbewerbe werden nicht oder nur sehr zögerlich durchgeführt. Leistungsbeschreibungen haben teils das herkömmliche Leistungsgefüge der DPAG im Blick. Loszuschnitt oder besondere Leistungskriterien und Anforderungen verhindern oder erschweren oftmals eine Beteiligung der privaten Wettbewerber. Zu benennen wären z.B.:

- reine Konsolidierausschreibungen (Zustellung durch DPAG vorgegeben, vgl. EU-ABI. 2009/S 123-179727, Ziff. II.1.5) und II.2.1);
- zwingende Vorgabe der bundesweiten Zustellung, statt der Bildung von Regionallosen für die Zustelleistung (vgl. EU-Amtsblatt 2010/S 190-290803: Losaufteilung nach Abholstellen mit einheitlich bundesweiter Zustellung);
- Abholung von nach DPAG-Vorgaben vorsortierten Sendungen (insbesondere sortieren Druckzentren oft nach DPAG-Postleitzahlen, was für die DPAG und

Konsolidierer einen Vorteil bedeutet, weil private Zustellnetze andere Sortierung brauchen);

- hohe Anforderungen an Referenzen;
- verbindlich geforderte Benennung aller bundesweit eingesetzten Zustellpartner für einen langen Zeitraum.

II. Wettbewerbliche Hindernisse

1. Umsatzsteuerbefreiung für Universaldienstleistungen

a) *Wie beurteilen Sie die jetzige Umsatzsteuerregelung, nach der Universaldienstleistungen umsatzsteuerbefreit sind (§ 4 Nr. 11 b UStG)?*

Die Neufassung des § 4 Nr. 11 b UStG ist zu begrüßen. Allerdings erlaubt der zugehörige Erlass des Bundesfinanzministeriums weiterhin den umsatzsteuerbefreiten Versand von Briefsendungen, die vom Absender freigestempelt sind, obwohl der Absender dafür einen sogenannten Freistemplerrabatt (1 %) erhält. Da insbesondere kleine und mittlere Versender den Versand mittels Freistempler nutzen, bleibt ein Großteil der Sendungen nach wie vor von der Umsatzsteuer befreit. Dies wirkt sich insbesondere im Wettbewerb um die Sendungen kleiner Kommunen, kirchlicher Einrichtungen, Sparkassen und sonstiger umsatzsteuerbefreiter Einrichtungen aus. Aus der Sicht des BBD wäre die einheitliche Umsatzbesteuerung aller Briefdienstleistungen zu befürworten.

b) *Wie wirkt sich diese Umsatzsteuerregelung auf den Wettbewerb in Ihrem Geschäftsbereich aus?*

Im Privatkundenbereich profitiert allein die DPAG von der Umsatzsteuerbefreiung. Privatkunden sind daher für die Wettbewerber der DPAG weiterhin nicht zugänglich.

c) *Wie beurteilen Sie die im Schreiben des Bundesfinanzministeriums an die Obersten Finanzbehörden der Länder vom 21. Oktober 2010 (Doc 2010/0785524) dargelegte Auffassung des Bundesfinanzministeriums zur Auslegung der Umsatzsteuerregelung?*

Der Wettbewerb um die Briefe der kleinen und mittleren Versender ist verzerrt, was auf das o.g. Schreiben des BMF zurückzuführen ist. Denn die DPAG erhebt auf die rabattierten

Entgelte für die Freimachung durch Frankiermaschinen (sog. Freistempler) keine Umsatzsteuer (s. o. 1 a).

Nach dem o.g. Rundschreiben des BMF sind unter anderem AGB-Leistungen zu „festgelegten Tarifen, die zwar grundsätzlich für jedermann zugänglich sind, aber nicht für den durchschnittlichen Nachfrager eines Haushalts bestimmt sind“ steuerfrei (BStBl. 2010, Teil I, S. 1195). Gleichzeitig soll laut BMF-Rundschreiben als genehmigtes Entgelt auch das um 1% verminderte Entgelt anzusehen sein, das für Sendungen erhoben wird, die mit einer Frankiermaschine (sog. Freistempler) freigemacht werden (BStBl. a.a.O., S. 1194).

Der Freistemplerrabatt wird von der Deutsche Post AG ab einem Mindestumsatz von 200 € pro Geschäftsvorfall gewährt (siehe DPAG-Broschüre „FrankIt“). Daran wird deutlich, dass es sich nicht um Dienstleistungen für Privatleute handelt. Diese Dienstleistungen sollten daher der Umsatzsteuerpflicht unterliegen.

d) Erfüllen Sie - bezogen auf Ihren regionalen Geschäftsbereich - für einen Teilbereich oder die Gesamtheit der Universaldienstleistungen die an die Qualität des Universaldienstes in §§ 2 - 4 PUDLV gestellten Anforderungen?

Wettbewerber tragen mit ihren Leistungen zur Erbringung des Universaldienstes bei, erfüllen jedoch insbesondere im Briefbereich nicht die PUDLV-Kriterien, zum Beispiel hinsichtlich verlangter Anzahl an Briefkästen und Annahmestellen.

e) Wie beurteilen Sie die Universaldienstvorgaben der PUDLV? Sollten diese geändert werden? Inwieweit werden Ihrer Meinung nach die in der PUDLV vorgeschriebenen Dienstleistungen vom Markt selbst erbracht?

Die in der PUDLV vorgesehene Zustelldauer ist kein notwendiges Kriterium. Es gilt ohnehin nur für Briefmengen bis 50 Stück. Für alle anderen Briefmengen richtet sich die Zustelldauer nach Angebot und Nachfrage. Aufgrund des hier bestehenden Wettbewerbs können Geschäftskunden bessere Leistungen bei gleichzeitig niedrigeren Preisen erwarten. So beinhaltet die Beförderungsleistung häufig die Abholung beim Kunden zu bestimmten Zeiten – und das zu teilweise sehr niedrigen Preisen.

Im Privatkundenbereich gibt es derzeit keinen nennenswerten Wettbewerb aufgrund der bestehenden Privilegierung der Deutschen Post und der anhalten schlechten

Wettbewerbsbedingungen. Erst wenn es auch hier faire Bedingungen gibt, werden Privatkunden die Vorteile der Wettbewerbsdienste bundesweit nutzen können.

- k) *Wie beurteilen Sie den von der Europäischen Kommission geäußerten Vorschlag, alle Postdienstleistungen der Mehrwertsteuer zu unterwerfen? (Richtlinienvorschlag zur Änderung der Richtlinie 77/388/EWG, vgl. Europäische Kommission, Pressemitteilungen vom 6. Mai 2003, IP103/633 sowie MEMO/03/98)*

Der BBD begrüßt den Vorschlag der Europäischen Kommission.

2. Internationale Post

- a) *Wie versenden Sie internationale Post?*

Soweit nicht Partnerunternehmen für die Zustellung im Ausland zur Verfügung stehen, werden die Sendungen einem ausländischen Postunternehmen zur Zustellung übergeben.

- b) *Haben Sie versucht, von der Möglichkeit des Artikels 4 Abs. 2 des Gesetzes zu den Verträgen vom 15. September 1999 des Weltpostvereins Gebrauch zu machen und als benanntes Unternehmen für Deutschland zugelassen zu werden, um im Rahmen des Weltpostvertrags Zugang zu den Netzen ausländischer Postbetreiber zu erhalten?*

Nein, auch ohne Inanspruchnahme von Art. 4 Abs. 2 besteht die Möglichkeit, mit einzelnen Postgesellschaften Verträge über die Zustellung im Ausland abzuschließen.

3. Sonstige Wettbewerbshemmnisse

Welche sonstigen Wettbewerbshindernisse gibt es aus Ihrer Sicht im Postmarkt?

Neben der Auslegung von § 4 Nr. 11b UStG durch das BMF im oben angesprochenen Rundschreiben sorgt auch die weitere praktische Umsetzung für ungerechtfertigte Wettbewerbsverzerrungen.

So bietet die DPAG ihr Produkt „Infobrief“ an, ohne darauf Umsatzsteuer abzuführen (siehe DPAG-Broschüren zur Infopost und zu PremiumAdress, auszugsweise beigefügt als **Anlage 1**, vollständig erhältlich unter www.dpag.de). Infobriefe befördert die DPAG als solche

erst ab einer Mindesteinlieferungsmenge von 50 Stück, bei gestückelter Einlieferung sogar erst ab einer ersten Einlieferung von 4.000 Stück. Laut BMF-Rundschreiben sind Briefe mit Porti ab 50 Stück umsatzsteuerpflichtig (BStBl., Teil I, Seite 1195). Es ist nicht bekannt, dass die Finanzbehörden bislang von der DPAG die Abführung von Umsatzsteuer auf mit Infobriefen getätigte Umsätze verlangt hätten.

III. Elektronische Post

1.

Wie schätzen Sie die Marktauswirkungen und Marktmöglichkeiten von elektronischen Briefen und Hybridpost ein? Erwarten Sie, dass sich den Briefdienstleistern durch die steigende Bekanntheit von elektronischen Briefen und Hybridpost neue Geschäftsbereiche eröffnen werden?

Die Erfahrungen mit elektronischen Briefen im Ausland sind bisher wenig ermutigend. Die Inanspruchnahme dieses Produkts geschieht nur sehr zögerlich und in geringem Umfang.

2.

Wie beurteilen Sie den vom Bundestag beschlossenen Entwurf des De-Mail-Gesetzes? Wie beurteilen Sie die Kritik des Bundesrats am Entwurf des De-Mail-Gesetzes?

Mit einer fehlenden einheitlichen Kennung der De-Mail-Adressen fehlt es an Transparenz und Nachvollziehbarkeit für den Bürger. Es bleibt abzuwarten, inwiefern De-Mail-Dienste vom Bürger akzeptiert werden.

3.

Wo sehen Sie im Bereich der elektronischen Briefe sowie der Hybridpost Wettbewerbshemmnisse oder Regulierungsbedarf?

Derzeitig ist zu beobachten, dass die DPAG den sogenannten Hybridbrief zu äußerst günstigen Konditionen anbietet. Das wird praktisch nur die Zustellung berechnet, während der elektronische Leistungsanteil nicht oder kaum berechnet wird. Nach Auffassung der Bundesnetzagentur unterliegt dieser Leistungsanteil nicht der Regulierung. Dies führt praktisch dazu, dass Versender, deren Briefe elektronisch abgeschickt werden, für den

Druck, die Konfektionierung und die physische Zustellung nur den Teilleistungspreis bezahlen. Damit können private Anbieter nicht konkurrieren, insbesondere dann nicht, wenn sie selbst für Zustelleistungen ganz oder teilweise auf die Teilleistungen der DPAG angewiesen sind.

Mit Sorge ist die enge Kooperation von öffentlichen Auftraggebern und der DPAG im Bereich der elektronischen und hybriden Post zu beobachten. So vereinbarten die Städte Köln und Bonn mit der DPAG die Einführung von deren Produkt „E-Postbrief“ (vgl. Kölner Stadt-Anzeiger vom 26.04.2011, Seite 30). Die Städte sind dabei für eine echte Kostenersparnis auf die Registrierung ihrer Bürger bei der DPAG angewiesen. Die DPAG stiftet als Anreiz für je 100 neue Registrierungen von Bürgern einen Computer für Kölner Schulen. So werden öffentliche und private Interessen in nicht zu vereinbarender Weise miteinander vermischt. Außerdem ist zu befürchten, dass auf diese Weise eine neue langfristige Bindung der Bürger an einen einzigen Anbieter erfolgt.

IV. Zugang zu Einrichtungen der DPAG

1. Teilleistungszugang

a) Wie beurteilen Sie die Konditionen für den Zugang zu Teilleistungen der DPAG?

Die DPAG gewährt nur ausgewählten Kooperationspartnern Zugang zu den Leistungen ihrer Töchter First Mail und Williams Lea. Dies wirkt sich nachteilig auf Wettbewerber aus, welchen nur die allgemeinen Angebote zur Einlieferung in Briefzentren zur Verfügung stehen. Ein Beispiel ist die Kooperation mit der WAZ Post Service, welche First Mail-Leistungen im Ruhrgebiet vertreibt.

Ferner sind eine Reihe von Fällen bekannt, in denen nicht-inhaltsgleiche Sendungen von der DPAG zum Infopost-Tarif befördert wurden (d.h. bei maximaler Listenrabattierung für Infopost zu einem Preis von 22,75 ct. ohne USt., also 0,27 € brutto). Der Zugang zu den Briefzentren ist für die Wettbewerber damit wertlos, weil sie den Preis der DPAG auch bei Erreichen der höchsten Rabattstufe der BZA- oder BZE-Bedingungen nicht anbieten könnten. Das Anbieten von Infopost-Tarifen ist den Wettbewerbern nicht möglich, weil alle Wettbewerber für Teilmengen auf die Einlieferung bei der DPAG angewiesen sind und insoweit damit rechnen müssen, wegen der unterschiedlichen Inhalte von der DPAG keine Infopost-Tarife von der

DPAG zu erhalten. Mit einer Anfrage zur vorherigen Klärung von Grenzfällen, ob inhaltsgleiche und damit Infopost-fähige Sendungen vorliegen oder nicht, würden DPAG-Wettbewerber der DPAG offenlegen, dass sie ein Angebot vorbereiten. Auch lässt – insbesondere bei öffentlichen Ausschreibungen – die fehlende Kenntnis des Sendungsinhalts und der Zeitdruck eine Klärung in der Regel nicht zu.

b) Wie hat sich der Netzzugangswettbewerb seit der vollständigen Liberalisierung des Briefmarktes entwickelt?

Auf dem Konsolidierermarkt haben sich einige private Wettbewerber etabliert, welche mit innovativen Eigenleistungen bei Abholung und anderen Services am Markt Erfolg haben. Ihnen wird zunehmend durch die DPAG in Form von Williams Lea oder First Mail Konkurrenz gemacht.

c) Welche Bedeutung messen Sie dem Wettbewerb durch Netzzugang im Vergleich zum Wettbewerb durch eigene Netze bei?

Der Netzwettbewerb muss im Sinne der Verbraucher und der Zustellung in der Fläche sichergestellt werden. Ein einziges Netz ist durch die Abhängigkeit vom marktmächtigen Anbieter in vieler Hinsicht gefährlich und kann die Universaldienstversorgung nicht dauerhaft gewährleisten.

Die Zustelleistung macht zwischen 60 % und 70 % der gesamten Wertschöpfung von Postdienstleistungen aus. Die faktische Beibehaltung eines Monopols in diesem Bereich ist ohne weiteres geeignet, eventuelle Vorteile von Wettbewerb auf vorgelagerten Märkten aufzuzehren.

2.

Wie beurteilen Sie die Möglichkeiten und Konditionen für den Zugang zu Postfachanlagen und zu Informationen über Adressänderungen der DPAG? Haben sich in diesem Bereich in den letzten zwei Jahren Verbesserungen ergeben?

Mit Urteil vom 10.03.2011 hat das Oberverwaltungsgericht NRW angeordnet, dass die Konditionen für den Zugang zu Postfachanlagen nach der angeordneten Entgeltanpassung für 04/2002 bis 06/2004 neu festzulegen sind (Az.: 13 A 3211/06).

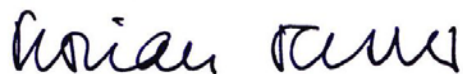
Die Auswirkungen auf die Zugangskonditionen für 2002 bis 2004 und danach können derzeit noch nicht bewertet werden.

V. Amtspraxis der Kartellbehörden

Wie beurteilen Sie die Arbeit der Bundesnetzagentur bei Entgeltgenehmigungs- und Missbrauchsverfahren? Wie beurteilen Sie die Arbeit der Gerichte?

Der fragile Briefmarkt ist auf effektive Kontrolle der Marktbeherrscherin durch die zuständigen Behörden angewiesen. Bisher wurde das wettbewerbsbehindernde Verhalten der DPAG durch die Regulierung nicht erfolgreich unterbunden. Die Antragsrechte und Klagerechte der Wettbewerber und der Kunden der DPAG müssen verbessert werden, insbesondere auch in Eilverfahren. Bis zu einer rechtskräftigen Gerichtsentscheidung dauert es in der Regel zu lange, so dass die privaten Briefdienste letztlich oftmals ohne effektiven Rechtsschutz dastehen.

Mit freundlichen Grüßen



Florian Gerster

Vorsitzender Bundesverband Briefdienste e.V.