



POSTFORUM

Informationen für politische Entscheider

07 + 08 | 2020

IN DIESER AUSGABE

2 Spitzenplatz für Deutsche Post

Die Deutsche Post erreicht erstmals den dritten Platz im weltweiten Ranking der Postunternehmen durch den Weltpostverein.



3 Briefpreise in Europa

Im europäischen Vergleich ist das deutsche Briefporto günstig. Auch der Preisanstieg in den letzten Jahren liegt unter dem europäischen Durchschnitt.



4 150 Jahre Postkarte

Die Meisten werden wohl aus dem Urlaub verschickt: Die Postkarte wird 150 Jahre alt, die Deutsche Post feiert das mit besonderen Aktionen.



Deutsche Post AG - Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement
53250 Bonn, ZKZ 31287, PSdg Deutsche Post

TITELTHEMA

Mut zur Zukunft



25 Jahre nach der Privatisierung der Deutschen Post stellt sich zunehmend die Frage nach den Rahmenbedingungen für einen funktionierenden Briefmarkt.

Die Bundespost, die bis 1995 nicht nur Post- und Bankdienstleistungen, sondern auch das Fernmeldewesen beinhaltete, war aus betriebswirtschaftlicher Sicht nicht auf Dauer überlebensfähig. Da aus politischen Gründen die Postentgelte niedrig sein mussten, konnte der Postdienst keine Gewinne erzielen. Profitabel war nur der Fernmeldebereich, der Vorgänger der Telekom, der die hohen Ausschüttungen der Bundespost an den Bundeshaushalt finanzieren musste. Als Ende der 80er Jahre die Entscheidung zur Privatisierung der Deutschen Bundespost getroffen und 1995 mit der so genannten zweiten Postreform endgültig umgesetzt wurde, glaubten Viele, dass es der angestaubten Behörde nicht gelingen würde, als neugegründete Deutsche Post AG schwarze Zahlen zu schreiben. Doch es kam anders: Die Post bewältigte den Weg von einer staatlichen Behörde zu einem agilen Unternehmen.

Mit der Übernahme des Logistikers DHL im Jahr 2002 wuchs der Konzern zu einem „global player“ heran. Auch Dank des damals nicht vorhersehbaren Booms des Online-Handels ist die heutige Deutsche Post DHL Group Europas führender Brief- und Paketdienstleister.

In Deutschland hatte die Deutsche Post auch nach der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft bis Ende 1997 ein gesetzlich verankertes Post- und Briefmonopol. Ab 1998 wurde der Postmarkt schrittweise geöffnet, die vollständige Liberalisierung fand 2008

statt. Angesichts der Tatsache, dass die Deutsche Post auf dem Briefmarkt noch immer eine marktbeherrschende Stellung hat, gibt es seitdem eine Debatte über eine unzureichende Liberalisierung. Der Marktzugang für Wettbewerber müsse erleichtert und Privilegien der Deutschen Post AG abgeschafft werden – das fordert nicht nur die Monopolkommission regelmäßig. Doch trifft die Forderung nach mehr Wettbewerb den eigentlichen Kern der Diskussion?

Kein Wettbewerb um jeden Preis

Der Briefmarkt ist ein schrumpfender Markt. Nicht nur in Deutschland, auch international nimmt die Menge der versendeten Briefe dank digitaler Alternativen immer weiter ab. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind Investitionen in den Briefmarkt daher nur wenig sinnvoll. Eine qualitativ hochwertige, erschwingliche postalische

Versorgung ist dennoch einer der Grundpfeiler unserer Gesellschaft und zu Recht gesetzlich verankert – die Erfahrungen der letzten Wochen und Monate während der Corona-Krise haben einmal mehr gezeigt, wie wichtig für viele Menschen eine funktionierende postalische Grundversorgung ist. Diese flächendeckende postalische Versorgung ist aber auch sehr kostenintensiv. Nicht nur in Deutschland, auch in anderen Ländern lässt sich beobachten, dass sich der Wettbewerb auf dem Briefmarkt auf die Ballungszentren konzentriert.

35%

zufriedener zeigen sich die Deutschen mit der Qualität ihrer Postfilialen, verglichen mit dem Wert von 1995.

Diese Ausgabe können Sie auch online lesen unter: www.dpdhl.de/postforum

Bei Adressänderung benachrichtigen Sie uns bitte:
postforum@dpdhl.com



Liebe Leserinnen und Leser,

es ist deutlich zu spüren – das Land entspannt sich. Auch wenn die Corona-Krise noch nicht überwunden ist und wir weiter achtsam sein müssen, der

sich normalisierende Alltag lässt uns aufatmen. Es waren harte und schwierige Zeiten für Viele. Die Erfahrungen der letzten Monate werden unser Land nachhaltig verändern. Die Digitalisierung hat durch die Pandemie einen Schub bekommen, die Arbeitswelt hat einen Paradigmenwechsel durchlaufen, den wohl in diesem Tempo niemand erwartet hat. Das hat Auswirkungen auf unsere Gesellschaft und die Art und Weise, wie wir miteinander umgehen, arbeiten und kommunizieren. Wir als Deutsche Post nehmen das auf und reagieren darauf, indem wir insbesondere bei unserer Digitalisierungs-offensive noch mehr „Gas geben“ – dabei benötigen wir Unterstützung aus der Politik, brauchen die rechtlichen Grundlagen, die es uns ermöglichen, zu investieren und das Neue zu gestalten.

Die Bundesregierung fördert den Neustart nach Corona mit einem umfassenden Konjunkturpaket. Es ist bemerkenswert, dass es darin gelungen ist, die zukunftsfähige Modernisierung des Landes zu fördern. Für uns ist vor allem die mit der Wasserstoff-Strategie verbundene Entwicklung neuer Kraftstoffe ein entscheidender Baustein auf dem Weg zur Klimaneutralität in der Logistik. Ich bin davon überzeugt, dass die Maßnahmen des Konjunkturpaketes zur Förderung von Nachhaltigkeit und Digitalisierung beiden Themen einen enormen Schub verleihen werden. Als weltweit größter Logistikkonzern sind wir bereit, unseren Beitrag dazu zu leisten.

Mit herzlichen Grüßen

Volker Ratzmann

EVP Corporate Public Policy & Regulation Management

Fortsetzung von Seite 1

Der ländliche Raum, in dem aufgrund der größeren Entfernungen eine Versorgung mit Postdienstleistungen kaum profitabel erbracht werden kann, ist aus unternehmerischer Perspektive nicht interessant. Auf dem nationalen Brief- und Paketmarkt ist die Deutsche Post DHL Group deshalb der einzige Anbieter, der die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen ohne staatliche Subventionen und mit tarifgebundenen Beschäftigungsverhältnissen sicherstellt.

Als Erbringer des so genannten Post-Universaldienstes muss sie gesetzliche Anforderungen hinsichtlich Standorten von Filialen und Briefkästen sowie zur Laufzeit von Sendungen einhalten.

Und die einstige Behörde ist hierbei nicht nur betriebswirtschaftlich erfolgreich: Die Zufriedenheit der Kunden hat sich in den letzten 25 Jahren klar verbessert – auch wenn es nach wie vor einzelne Schwachstellen beispielsweise beim Betrieb

von Partner-Filialen und bei Sendungsverlusten gibt, an deren Verbesserung der Konzern weiter arbeitet. Der wesentliche Beitrag zu dieser positiven Wahrnehmung ist eine objektiv messbare Leistungssteigerung. So hat sich beispielsweise die Zahl der Filialen seit 1995 fast verdoppelt, die Erreichbarkeit für

die Kunden also deutlich verbessert. Auch die Anzahl der Stunden pro Woche, an denen die Filialen geöffnet sind, stieg von 30 auf 55. In einem internationalen Ländervergleich von über 170 Postgesellschaften liegt die Deutsche Post mittlerweile auf Platz 3.

Regulierung kann Anreize setzen

Damit die Deutsche Post AG die systemrelevante postalische Infrastruktur weiter stärken, gleichzeitig aber auch einen Beitrag zu Digitalisierung und Nachhaltigkeit – den Zukunftsthemen der Gesellschaft – leisten kann, ist es an der Zeit, die regulatorischen Rahmenbedingungen auf dem Postmarkt anzupassen, die sich seit der Privatisierung vor 25 Jahren kaum geändert

haben. Eine Fokussierung auf mehr Wettbewerb scheint dabei wenig hilfreich.

Denn um wirklich alle Bürger in Deutschland auch zukünftig mit zeitgemäßen postalischen Dienstleistungen zu versorgen,

braucht es regulatorische Rahmenbedingungen, die Postdienstleister fordern, gleichzeitig aber auch sicherstellen, dass es hinreichende Anreize und Freiräume für Zukunftsinvestitionen gibt.



26 000

Kontaktpunkte für die Postversorgung stehen den Deutschen zur Verfügung. Etwa 5000 mehr als 1995.

Wettbewerb um jeden Preis führt angesichts der schrumpfenden Briefmengen zwangsläufig zu Verwerfungen, denn dieser findet hauptsächlich in Ballungszentren statt. Um im ländlichen Raum weiterhin eine postalische Grundversorgung sicher zu stellen, wäre am Ende eine staatliche Subventionierung des Universaldienstes unvermeidbar. Auch wenn das in vielen anderen europäischen Ländern bereits üblich ist, sollte diese Entwicklung mit Blick auf Deutschland vermieden werden. Im Zuge einer Novellierung des Postgesetzes muss deshalb dringend eine Debatte darüber stattfinden, was Postdienstleister für das Land leisten können und sollen und wie die hierfür erforderlichen regulatorischen Rahmenbedingungen aussehen. ■

Spitzenplatz für Deutsche Post

Die Deutsche Post erreicht erstmals den dritten Platz im weltweiten Ranking der Postunternehmen durch den Weltpostverein.

Der Weltpostverein, der seit 1874 die internationale Zusammenarbeit der Postunternehmen und die Rahmenbedingungen des grenzüberschreitenden Postverkehrs regelt, hat zum dritten Mal seit 2017 eine Studie vorgelegt, in der weltweit 172 Postorganisationen untersucht wurden. Die Deutsche Post hat in diesem Ranking den dritten Platz belegt und konnte sich damit um zwei Plätze verbessern.

Die Studie vergibt Punkte in insgesamt vier Bereichen: Bei der Zuverlässigkeit werden die Effizienz, Geschwindigkeit und Qualität der Zustellung und Dienstleistungen gemessen. Bei der Reichweite wird untersucht, wie hoch die internationale

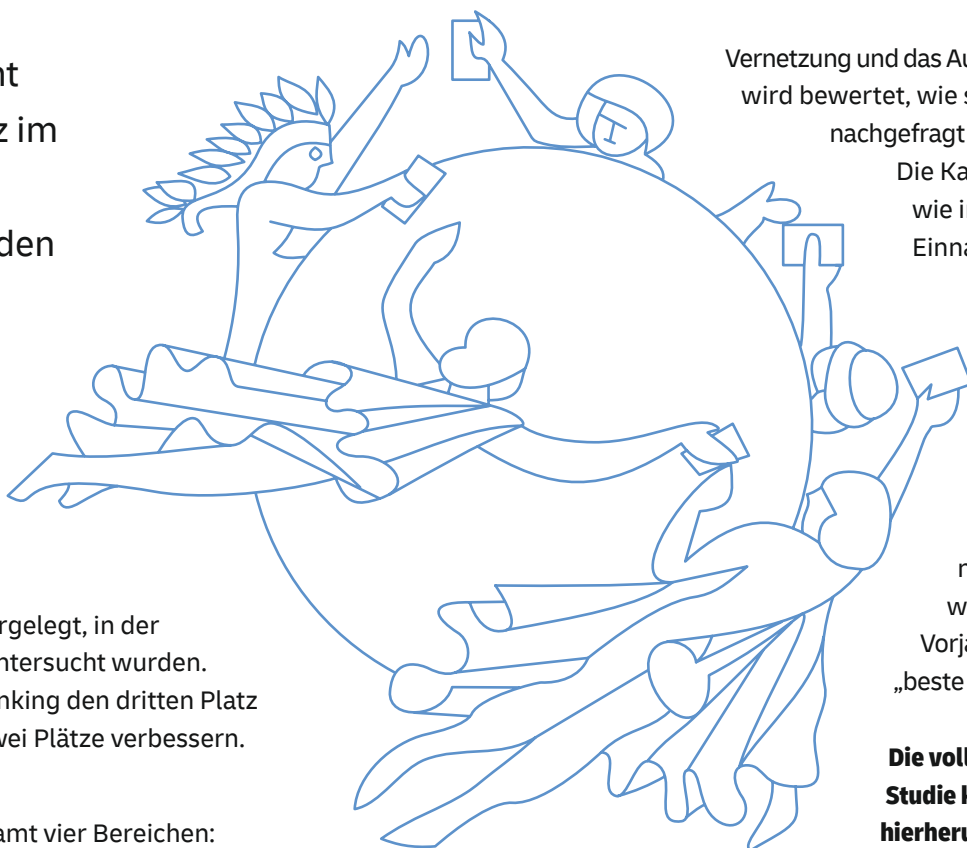
Vernetzung und das Auslandsengagement sind. Im Bereich Relevanz wird bewertet, wie stark Produkte und Dienstleistungen nachgefragt werden und wie wichtig sie für das Land sind. Die Kategorie Belastbarkeit wiederum bewertet, wie innovativ die Post ist, wie diversifiziert die Einnahmequellen sind und wie nachhaltige Entwicklungen umgesetzt werden.

Die Deutsche Post konnte sich besonders in den Bereichen Zuverlässigkeit und Reichweite verbessern und damit in die Top 3 der am besten bewerteten Postunternehmen aufsteigen. Nur die niederländische und die schweizerische Post werden noch besser bewertet. Wie in den Vorjahren wurde die Schweizer Post als „beste Post der Welt“ bewertet. ■

Die vollständige Studie kann hier heruntergeladen werden:



Postal Development Report 2019
Perspectives on the performance of postal operators worldwide
October 2019



Aktueller Vergleich europäischer Briefpreise



Die aktuelle Briefpreisstudie zeigt: Das Briefporto in Deutschland ist im Europavergleich sehr günstig.

Bereits in der 19. Auflage ist die aktuelle Briefpreisstudie der Deutschen Post erschienen. Sie vergleicht das Porto, das in den nunmehr 27 EU-Mitgliedstaaten plus dem zwischenzeitlich aus der EU ausgetretenen Großbritannien sowie den EFTA-Ländern Island, Norwegen und Schweiz für einen Standardbrief gezahlt werden muss.

Bereits bei der Gegenüberstellung der rein nominalen Briefpreise in Europa zeigt sich, dass Deutschland mit 80 Cent für den nationalen Standardbrief ein Porto deutlich unter dem europäischen Durchschnitt von 1,12 Euro anbietet. Bezieht man dann noch makroökonomische Faktoren wie Arbeitskosten und Kaufkraft mit ein, um einen aussagekräftigen Vergleich der europäischen Briefpreise zu erhalten, so liegt Deutschland sogar auf Platz 6 der günstigsten Staaten. Noch günstigere Briefpreise finden sich demnach lediglich in fünf deutlich kleineren Staaten: Österreich, Schweiz, Slowenien, Zypern und Malta. Letzteres schneidet auch durchgängig als das Land mit dem niedrigsten Briefpreis ab, während Dänemark wie im Vorjahr das teuerste Land für den Briefversand ist.

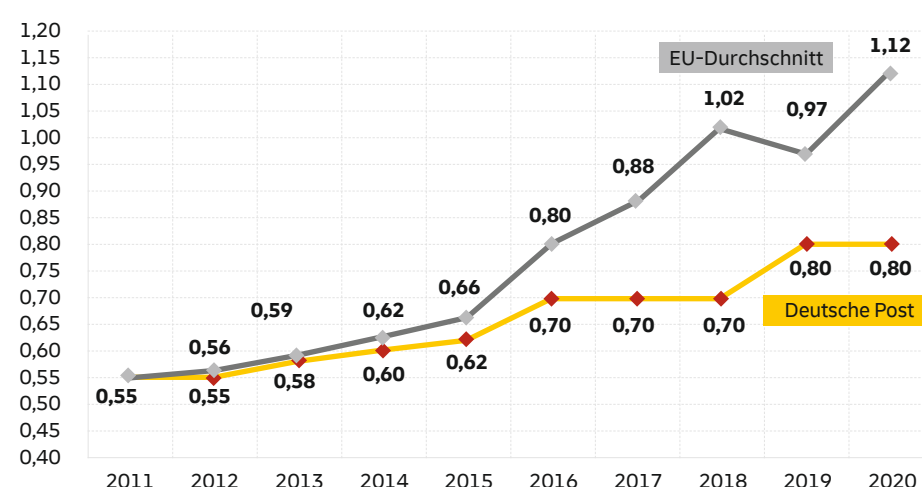
Betrachtet man nur die nominalen Briefpreise, so liegt das deutsche Porto mit 0,80 Euro gemeinsam mit Luxemburg, Österreich und Slowakei bereits auf dem guten Platz 18 und damit im unteren Mittelfeld. 17 Länder haben seit dem letzten Jahr die Briefpreise angehoben – Finnland und Griechenland sogar um mehr als 100 Prozent –, sodass sich der durchschnittliche europäische Briefpreis um 15 Cent auf 1,12 Euro erhöht hat. Nominal am teuersten ist der Inlandsbrief in Dänemark mit umgerechnet 3,88 Euro, am günstigsten ist er nach wie vor auf Malta (0,30 Euro). Den größten Sprung bei der Verteuerung hat Griechenland von Platz 19 im Vorjahr auf Platz 4 gemacht. Insgesamt sind die Briefpreise in Europa in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Insgesamt ist der Briefpreis in 19 europäischen Ländern in den letzten fünf Jahren stärker angehoben worden als hierzulande. Wie günstig das deutsche Briefporto im europäischen Vergleich ist, wird auch durch eine Betrachtung der Preisentwicklungen im Fünf-Jahres-Zeitraum seit 2015 deutlich. In dieser Zeit ist der Standardbrief in Europa im Durchschnitt um 70 Prozent erhöht worden, in Italien sogar um 250 Prozent, gegenüber 29 Prozent in Deutschland.

1,12

Euro beträgt der durchschnittliche Briefpreis in Europa aktuell. Deutschland liegt mit 80 Cent deutlich darunter.

Preis Briefsendung bis 20 Gramm

(schnellste Laufzeit, in Euro, Stand: 1. März 2020)



Betrachtet man darüber hinaus die zurückliegenden zehn Jahre, so hat sich inflationsbereinigt der Briefversand in den untersuchten Ländern seit 2010 um 73,39 Prozent verteuert. Im Vergleich dazu ist der deutsche Briefpreis im gleichen Zeitraum um 28,8 Prozent gestiegen. Damit liegt das Preisniveau für den Standardbrief in Deutschland auf Platz 22 im unteren Teil des europäischen Rankings. Das heißt, lediglich in neun Ländern ist der Briefpreis inflationsbereinigt günstiger als in Deutschland.

Die Briefpreisstudie untersucht am Beispiel eines Industriearbeiters, wie lange in den einzelnen Ländern gearbeitet werden muss, um das Porto für einen Standardbrief bezahlen zu können. Dies gibt Aufschluss darüber, wie erschwinglich das Porto ist, was ein wesentliches Kriterium der EU-Postdiensterrichtlinie ist. Demnach ist Deutschland nach Malta und der Schweiz das Land mit den erschwinglichsten Briefpreisen. Am längsten muss ein Arbeiter in Griechenland arbeiten, um das Geld für einen Standardbrief zu verdienen. ■



Die vollständige Studie kann unter postforum@dphl.com angefordert werden.

DEUTSCHE POST DHL GROUP HISTORIE

Messenger seit über 150 Jahren



Urlaubs- und Dankesgrüße, Freude und Erinnerung – all das verbindet man seit über 150 Jahren mit der Postkarte. Anlässlich dieses Geburtstages gibt es einige Aktionen.

150

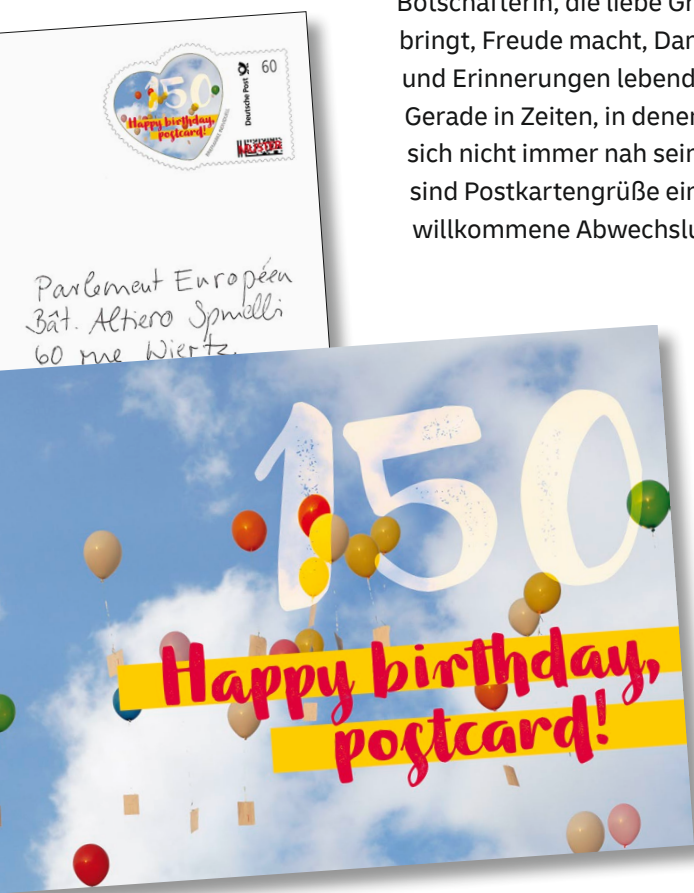
Millionen Postkarten beförderte die Deutsche Post im Jahr 2019

Mit der „postamtlichen Einführung“ der Postkarte in Deutschland im Juli 1870 gab es erstmals die Möglichkeit, kurze Botschaften auszutauschen. Der Vorteil dieser neuen Sendungsform lag auf der Hand – sie war deutlich günstiger als das Telegramm. Seitdem bringt die Postkarte die Welt im Kleinformat in die Briefkästen. Und auch wenn sie heute große Konkurrenz von Whats App & Co hat, ist die Postkarte immer noch eine Botschafterin, die liebe Grüße bringt, Freude macht, Danke sagt und Erinnerungen lebendig hält. Gerade in Zeiten, in denen man sich nicht immer nah sein kann, sind Postkartengrüße eine willkommene Abwechslung.

In den letzten 150 Jahren hat sich auch die Postkarte weiterentwickelt. Sie ist vielfältig, kreativ und kann heute – zusätzlich zum klassischen Versand – auch direkt per App verschickt werden: Die Postkarte gestaltet man bequem am Handy mit eigenen Fotos, fügt seine Grüße und die Empfängeradresse ein, fertig. Druck und Versand übernehmen Anbieter wie zum Beispiel www.mypostcard.com, die Zustellung der Postkarte erfolgt ganz klassisch in den Briefkasten des Empfängers – in Deutschland über die Deutsche Post.

Zum 150. Geburtstag der Postkarte bietet die Deutsche Post besondere Aktionen an, einen Überblick gibt es auf der Seite www.deutschepost.de/postkarte. So erhalten beispielsweise alle Kunden, die unter <https://shop.deutschepost.de/individuell> Briefmarken individuell gestalten, bis zum 15. August 2020 15 Prozent Rabatt auf die Herstellungskosten. Alle Schülerinnen und Schüler werden von der Deutschen Post zu einem Kreativwettbewerb eingeladen und können mit der Gestaltung einer Postkarte zum Thema „Grenzenlos – Kreative Postkartengrüße in Corona-Zeiten“ Preise gewinnen. Weitere Infos hierzu gibt es auf der Seite www.postundschule.de unter dem Reiter „Wettbewerb“. Und auch der Partner MyPostcard gratuliert der Postkarte: Bis zum 31. August 2020 werden mit dem Gutscheincode 150JAHRE 30 Prozent Rabatt auf die Erstellung von Postkarten in der App gewährt.

In Berlin hat sich das Museum für Kommunikation anlässlich des 150-jährigen Jubiläums der Postkarte diesem Medium gewidmet und in der Ausstellung „Mehr als Worte. 150 Jahre Postkartengrüße“ die abwechslungsreiche Geschichte von Entstehung, Entwicklung und Vielfalt der Postkarte erzählt. Ein Besuch ist virtuell möglich: www.ausstellung-postkarte.de ■



IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsche Post AG, Zentrale, Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement, 53250 Bonn
Verantwortlich für den Inhalt: Volker Ratzmann

Redaktion: Ulrike Mühlberg
Gestaltung: Caroline Gärtner
Fotos: Deutsche Post DHL Group, shutterstock, photocase

So erreichen Sie uns: www.facebook.com/deutschepost
www.twitter.com/deutschepostdhl
www.youtube.com/user/DeutschePostDHL
postforum@dpdhl.com
Bestellungen und Anfragen richten Sie bitte an die Redaktion: postforum@dpdhl.com

KURZ NOTIERT

**DRT Einsätze gegen Corona**

Die Disaster Response Teams (DRT) von DPDHL Group haben in den vergangenen Monaten in vielen Ländern logistische Unterstützung im Kampf gegen COVID-19 geleistet. Unter anderem in Costa Rica, Guatemala, Kolumbien, Brasilien und Panama den Aufbau von Lagern unterstützt, die Verteilung von Spenden koordiniert und beim Transport medizinischer Produkte geholfen. Mit den DRT gewährt die DPdHL Group im Rahmen einer Partnerschaft mit den Vereinten Nationen (UN) seit 2005 kostenlos Zugang zum Know-how von über 700 freiwilligen DPdHL-Mitarbeitern.

DPdHL Group mit guter Geschäftsentwicklung

Deutsche Post DHL Group ist trotz spürbarer Covid-19-Auswirkungen im ersten Quartal 2020 weiter gewachsen. Der Umsatz verbesserte sich um 0,9 Prozent auf 15,5 Milliarden Euro, das EBIT betrug 592 Millionen Euro. Die breite geographische Aufstellung und das umfangreiche Portfolio haben dazu beigetragen, die Folgen der Corona-Krise abzufedern. Eine Prognose für das restliche Jahr ist aber aufgrund der nur sehr schwer abschätzbaren Auswirkungen derzeit nicht möglich.

**Express dankt Mitarbeitern**

DHL Express hat sich etwas Besonderes ausgedacht, um den Mitarbeitern für den Einsatz während der Corona-Krise zu danken. Mit einem Flugzeug, das mit großen „Thank You“-Aufschriften versehen ist, drückt das Unternehmen seine Dankbarkeit gegenüber allen Mitarbeitern aus, die den Betrieb des Logistik-Netzwerks aus Hubs und Gateways in über 220 Ländern und Territorien aufrechterhalten. Das „Thank You“-Flugzeug wird auf den planmäßigen Netzwerkflügen eingesetzt.

**Unterstützung für 120 Projekte**

Mit 200 000 Euro hat die Deutsche Post DHL Group in 2019 das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter unterstützt. Über den Living Responsibility Fund wurden 120 Projekte mit bis zu 4 000 Euro gefördert. Voraussetzung ist, dass sich mindestens zwei Mitarbeiter mehr als 50 Stunden im Jahr mit ehrenamtlicher Tätigkeit bei einer gemeinnützigen Partnerorganisation einbringen. Über die Förderungswürdigkeit wird konzernübergreifend entschieden.