

Postmarkt: Wettbewerb stärkt den Service public

dossierpolitik

23. August 2010 Nummer 14

Schweizer Postmarkt im Umbruch. Die Menge adressierter Briefe ist rückläufig, während Sendungsmengen nach wie vor hoch sind. Elektronische Lösungen verändern die Anforderungen an Postdienstleister. Die Anbieter müssen auf Marktveränderungen reagieren können, damit Postkunden in Zukunft von besseren Preisen und Leistungen profitieren. Deswegen muss der Postmarkt neu geordnet werden. Die Revision des Postorganisationsgesetzes bringt die Umwandlung der Post in eine AG. Diesen Schritt braucht die Post nur, um in einem vollständig freien Markt zu bestehen. Die Revision des Postgesetzes hingegen liberalisiert den Postmarkt. Sie schafft gleiche Bedingungen für private Anbieter und ermöglicht einen fairen Wettbewerb. Für Kunden entstehen so innovative und qualitativ hochstehende Angebote, günstige Preise und eine verbesserte Grundversorgung. Postorganisationsgesetz und Postgesetz müssen zusammen revidiert werden, wenn die Kunden nicht verlieren sollen. Eine Post mit mehr unternehmerischer Freiheit und einem Monopol im wichtigsten Briefsegment hilft nicht, kundenfreundliche Preise und Leistungen zu schaffen.

Position economiessuisse

- ▶ Im Schweizer Postmarkt muss langfristig ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis geschaffen werden. Dazu ist der Postmarkt zu liberalisieren. Nur wenn der Markt liberalisiert wird, sind der Schweizerischen Post mehr unternehmerische Freiheiten einzuräumen. Die Revision des Postorganisationsgesetzes dient dazu.
- ▶ Die Grundversorgung ist für die Schweizerische Post ein gutes Geschäft. In geöffneten Märkten steigt die Qualität der Postdienste sowie die Grundversorgung, wie Beobachtungen in Europa belegen. Voraussetzung ist, dass bestehende Verzerrungen abgebaut werden. Regulatorische Benachteiligungen privater Anbieter, z.B. bezüglich Nachtfahrverbot oder Adressverwaltung, müssen abgeschafft werden.
- ▶ Die zur Diskussion stehende Poststelleninitiative ist kontraproduktiv. Sie zementiert alte Strukturen und verhindert damit günstige Preise, gute Leistungen und eine nachhaltig gesicherte Grundversorgung.

Die Grundversorgung ist ein gutes Geschäft

In der Schweiz wird der Universaldienst (die Grundversorgung) im Postgesetz geregelt. Die Schweizerische Post ist verpflichtet, sämtliche Dienstleistungen der Grundversorgung anzubieten. Sie muss einen «ausreichenden Universaldienst» erbringen, der die «landesweite Versorgung mit Dienstleistungen im Post- und Zahlungsverkehr» umfasst. Bei den Postverkehrsdienstleistungen werden Annahme, Abholung, Transport und Zustellung von Sendungen an fünf Tagen pro Woche vorgeschrieben. Diese Dienstleistungen müssen in allen Landesteilen nach gleichen Grundsätzen, in guter Qualität und zu angemessenen Preisen angeboten werden. Der Erhalt der Grundversorgung ist nicht verhandelbar. Sie ist das Rückgrat der Versorgung.

► Die Post erzielt im Bereich der Grundversorgung durchschnittlich rund 770 Mio. Franken Gewinn pro Jahr.

Anders als vermutet, ist der Grundversorgungsauftrag für die Post ein lukratives Geschäft, das einen viel grösseren Ertrag sowie eine bessere Rentabilität erbringt als ihre Auslandsengagements. Über die letzten sechs Jahre beträgt das kumulierte Ergebnis der Schweizerischen Post im Bereich der Grundversorgung 4,62 Mrd. Franken – also durchschnittlich 770 Mio. Franken pro Jahr.¹ Diese finanzielle Entwicklung ist insofern bemerkenswert, da der ursprünglich massiv quersubventionierte Postdienstbereich der PTT im Jahr 1985 noch ein Defizit von über 400 Mio. Franken auswies. Grund für die erhöhte Ertragskraft sind die postinternen Effizienzsteigerungen, die in Erwartung der Marktöffnung erfolgten.

► Im Falle einer Marktöffnung wird die Grundversorgung verbessert.

In den meisten europäischen Ländern wurde der Postmarkt bereits geöffnet. Die postalische Grundversorgung hat dadurch nicht etwa ab-, sondern zugenommen. Gemäss der WIK-Consult-Studie (2006) im Auftrag der Europäischen Kommission bleibt die postalische Grundversorgung in allen EU-Ländern auch dann gewährleistet, wenn sämtliche Monopole der nationalen Postgesellschaften fallen. Ferner kann nachgewiesen werden, dass seit Beginn der Marktöffnung die Qualität der Dienstleistungen im Postsektor gestiegen ist. Länder mit geöffneten Märkten weisen ein dichtes Netz von Poststellen und Agenturen auf, das einen kundenfreundlichen Zugang zu Postdienstleistungen bietet. Nach wie vor wird die Post an fünf Tagen pro Woche empfangen und versendet.

► Langfristig kann die Grundversorgung auch in der Schweiz nur mit einer Marktöffnung und mehr unternehmerischen Freiheiten für die Post gesichert werden.

In der Schweiz lässt sich die Grundversorgung langfristig ebenfalls nur sichern, wenn Postanbieter auf Marktveränderungen reagieren können. Mit der Umwandlung von Poststellen in Agenturen sowie der Reorganisation der Paket- und Briefpostlogistik hat die Post begonnen. Damit die Preise nachhaltig sinken und Dienstleistungen kontinuierlich verbessert werden, muss der Markt geöffnet werden. Die drohende Marktöffnung führte bis anhin zu einer gewissen positiven Wirkung. Allerdings muss nun auch die Umsetzung erfolgen, da ansonsten der Effekt rasch verschwindet. Bleibt das Postmonopol für Briefe unter 50 Gramm weiterhin bestehen, hätte die Schweizer Post keinerlei Anreize, preisgünstige und qualitativ hochstehende Dienste anzubieten. Schon heute ist ein Leistungsabbau im Monopolbereich spürbar.

¹ Quelle: PostReg-Tätigkeitsberichte 2004 bis 2009.

► Ein grosses Ungleichgewicht besteht zwischen Post und privaten Dienstleistern, z.B. durch staatlich vererbte Infrastrukturen, das Monopol im wichtigsten Briefsegment und die Nachtfahrerlaubnis.

► In der Schweiz ist der bedeutendste Teil der inländischen Briefe (44 Prozent) international betrachtet sehr teuer.

► Die Marktöffnung in der Schweiz steht auf der Kippe.

► Die KVF-N lehnte die unabhängige Adressverwaltung und den Teilleistungszugang für private Anbieter mit knapper Mehrheit ab.

► Die Poststelleninitiative ist für die Konsumenten schädlich.

Folglich darf das Postorganisationsgesetz nur dann revidiert werden, wenn die Marktöffnung im Rahmen des Postgesetzes zeitlich verbindlich festgeschrieben wird. Zudem muss die Marktöffnung vollständig, also ohne Verzerrungen zugunsten der Post, vorgenommen werden. Das Fortbestehen von verzerrenden Regulierungen wie z.B. dem Nachtfahrverbot für Postkonkurrenten oder die Adressverwaltung durch die Post führt zu einer unvollständigen Marktliberalisierung und keinerlei Verbesserungen für die Konsumenten. Ebenfalls sind die durch frühere Monopolgewinne der Post finanzierten Infrastrukturen wie Postfachanlagen oder Poststellen für Konkurrenten zu öffnen – analog zum Kupfernetz in der Telekommunikation. Scheinliberalisierungen sind langfristig schädlich, da den Konsumenten kein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis geboten und in der Politik keine ausreichende Notwendigkeit zum erneuten Eingreifen erkannt wird.

Politische Entwicklung gegen eine Marktöffnung

Die Schweizerische Post besitzt nach wie vor ein Monopol auf Briefe unter 50 Gramm und schreibt satte Gewinne. Gleichzeitig weist der aktuelle PostReg-Tätigkeitsbericht aus, dass in der Schweiz die Preise für Briefe unter 20 Gramm zu den höchsten in Europa gehören. Die Situation im Schweizer Postmarkt ist für Kunden unbefriedigend.

Der politische Druck für eine Marktöffnung hat wieder abgenommen. Nachdem sich der Bundesrat für die Öffnung aussprach und der Ständerat in der Winter-session 2009 das Postgesetz und das Postorganisationsgesetz genehmigt hat, votiert die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen (KVF) des Nationalrats gegen eine Marktöffnung. Sie beantragt mit 12:11 Stimmen bei einer Enthaltung ihrem Rat, die entsprechenden Regelungen zur vollständigen Marktöffnung aus der Vorlage zu streichen. Der Bundesrat soll bis spätestens drei Jahre nach Inkrafttreten des Postgesetzes dem Parlament lediglich eine Evaluation über die Auswirkungen der Marktöffnung sowie Vorschläge für das weitere Vorgehen unterbreiten.

Bezüglich Zugang zu Teilleistungen für die privaten Anbieter hat die Kommission die Ausdehnung des gewährten Zugangs zu Postfachanlagen auf andere Dienstleistungen und Infrastrukturen der Post – wie Annahmestellen oder Sortieranlagen – klar abgelehnt. Zudem lehnt die KVF-N mit 13:11 Stimmen ab, dem Bundesrat die Möglichkeit zu geben, für die Aufbereitung und Verwaltung der Adressdaten eine unabhängige Organisation anordnen zu können. Sollte der Nationalrat entgegen dem Mehrheitsantrag der Kommission eine vollständige Öffnung des Postmarktes beschliessen, beantragt die Kommission, die Grundversorgungskonzession per Ausschreibungsverfahren zu erteilen. Mit 12:12 Stimmen und Stichentscheid des Präsidenten bei einer Enthaltung fiel dieser Entscheid ebenfalls sehr knapp aus. Die Vorlagen sollen in der Herbstsession 2010 im Nationalrat behandelt werden.

Weiter steht eine von Gewerkschaften und linken Kreisen lancierte Poststelleninitiative im Raum. Im Unterschied zu ihrem prononcierten Titel stärkt sie nicht etwa die Position der Post, sondern schwächt sie – wie auch jene der Konsumenten – beträchtlich. Letztere sind darauf angewiesen, dass im Falle einer fehlenden Marktöffnung der einzige Postanbieter für Briefe unter 50 Gramm (dem wichtigsten Segment der Briefpost) gute Dienste zu günstigen Preisen anbietet. Genau dies kann die Schweizer Post jedoch nicht tun, wenn ihr die Anzahl Poststellen vorgeschrieben werden. Damit ist die Situation festgefahren und für die Konsumenten äusserst unattraktiv.

Preis-Leistungs-Verhältnis in geöffneten Ländern deutlich besser

Die Zuverlässigkeit der Briefzustellung ist in der Schweiz hoch. 95,9 Prozent aller Briefe der schnellsten Standardkategorie (A-Post) erreichten im Jahr 2008 ihr Ziel am nächsten Werktag. Die Vorgabe des Bundesrats wäre indes ein Prozentsatz von 97 Prozent. Auch in anderen Ländern ist die Zuverlässigkeit der Briefzustellung hoch.

Table 1

► Die Qualität der Briefzustellung ist in der Schweiz hoch.

Qualität der Briefzustellungen im europäischen Vergleich

Anteil Briefsendungen der schnellsten Standardkategorie, die am nächsten Werktag eintreffen, 2008.

| A | NL | CH | D | S | UK | I | F |
|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| 96,3 % | 96,2 % | 95,9 % | 95,4 % | 94,9 % | 93,0% | 90,6 % | 83,9 % |

Quelle: WIK-Consult (2010).

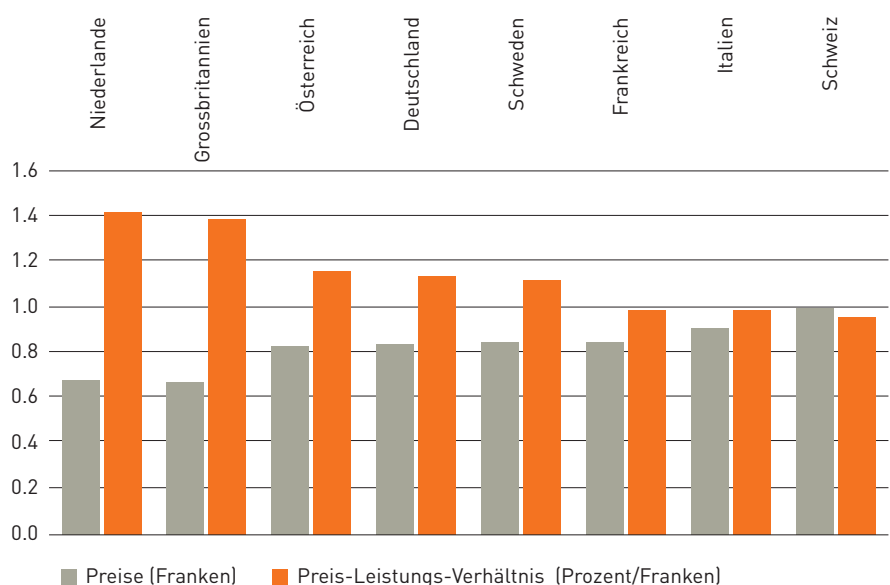
In der Schweiz ist aber nicht nur die Zuverlässigkeit der Briefzustellung hoch, sondern auch der Preis. Wie eine aktuelle Studie im Auftrag der PostReg (WIK-Consult 2010) festhält, verfügen Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Italien, die Niederlande, Österreich und Schweden «[...] über eine qualitativ hochwertige postalische Grundversorgung, die sich in nachfragegerechten Annahmernetzen, einer hohen Zuverlässigkeit und erschwinglichen Preisen niederschlägt». Gerade Letzteres fehlt in der Schweiz.

Grafik 1

► Schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis in der Schweiz.

Preise und Preis-Leistungs-Verhältnis

Preise (Franken) von Briefsendungen à 20 Gramm (schnellste Standardkategorie) sowie Qualität der Briefzustellung (Prozent) pro Preis (Franken)



Quelle: WIK-Consult (2010). Jahre 2008 (Qualität) bzw. 2009 (Preis).

Vergleicht man die Qualität der Briefzustellung pro bezahlten Schweizer Franken für den schnellsten Brief à 20 Gramm (wichtigste Inlandkategorie), schneiden die Niederlande und Grossbritannien sehr gut ab. Ebenfalls ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten Österreich, Deutschland und Schweden. Relativ schlecht schneiden Italien und Frankreich ab. Die Schweizerische Post liegt bezüglich Preis-Leistungs-Verhältnis noch hinter diesen beiden Ländern zurück.²

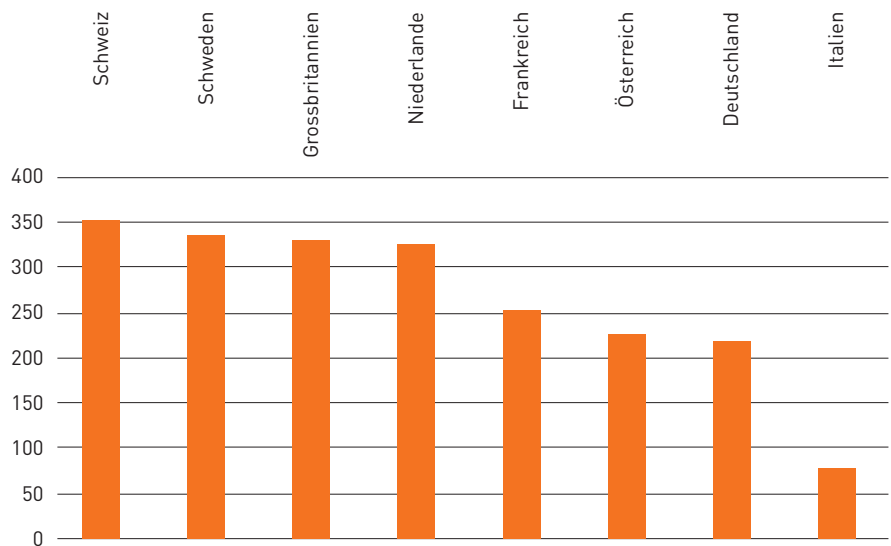
Die Schweizerische Post beklagt regelmässig den Rückgang ihres Kerngeschäfts «Briefpost», was allenfalls die hohen Preise erklären könnte. Es sinken jedoch nicht die gesamten Sendungsmengen, sondern lediglich die adressierten Briefsendungen. Die gesamten Sendungsmengen sind in der Schweiz im internationalen Vergleich nach wie vor sehr hoch. Zudem sind sie in der Periode von 2000 bis 2009 sogar gestiegen (vgl. Handelszeitung vom 7. Juli 2010).

Grafik 2

► Die Schweiz weist im europäischen Vergleich sehr hohe Sendungsmengen pro Kopf aus.

Sendungsmengen pro Kopf (ohne Presse)

Anzahl Sendungen pro Kopf, 2008



Quelle: WIK-Consult (2010).

In anderen europäischen Ländern sind die Herausforderungen in Bezug auf den Rückgang des Kerngeschäfts erheblich grösser. Relevant für den Aufwand der Postzustellung ist nicht nur die Anzahl der Sendungen, sondern auch die Bevölkerungsdichte. Sind Bevölkerungsdichte und Sendungsmenge hoch, liegt für Postdienstleister eine günstige Marktsituation vor. Dies wiederum liesse einen tiefen Preis erwarten.

Eine hohe «Sendungsdichte» als Faktor von Sendungsmenge pro Kopf und Bevölkerungsdichte weisen die Niederlande, Grossbritannien und die Schweiz auf. Verglichen mit Schweden bestehen in der Schweiz geradezu optimale Verhältnisse. In der Schweiz fallen etwa gleich hohe Sendungsmengen an, sie weist jedoch eine neunmal höhere Bevölkerungsdichte auf. Trotzdem liegen die Preise für die schnellste Standardkategorie in Schweden rund 17,6 Prozent tiefer als in der Schweiz. Dies bei fast gleicher Qualität der Briefzustellung.

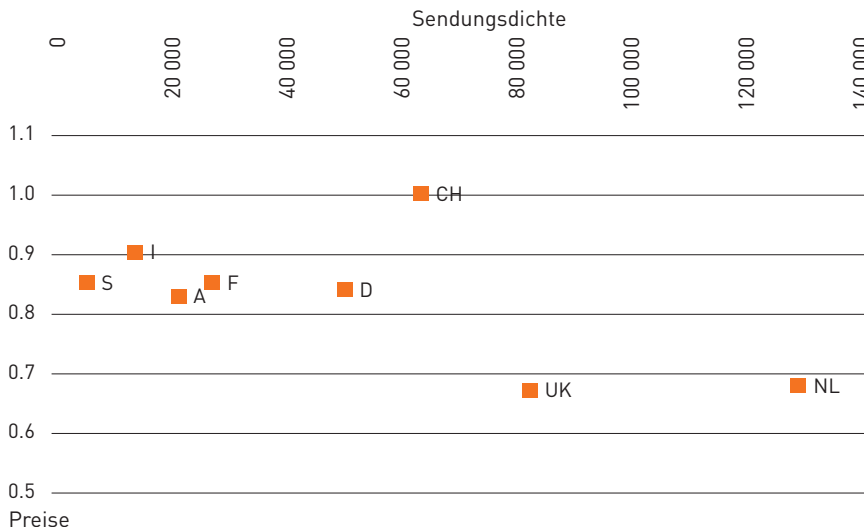
² Selbst wenn die mittels Neuorganisation der Briefzentren erzielte Laufzeitverbesserung im Jahr 2009 berücksichtigt wird, ändert dies nichts an der Position der Schweizerischen Post in der Preis-Leistungs-Verhältnis-Rangliste.

Grafik 3

► Trotz relativ hoher Sendungsdichte sind die Preise der Schweizerischen Post hoch.

Preise und Sendungsdichte

Preise in Franken (Briefe à 20 Gramm der schnellsten Standardkategorie), Sendungsdichte (Bevölkerungsdichte x Sendungsmenge pro Kopf). Preise (2009), Sendungsmenge (2008), Bevölkerungsdichte (2005)



Quellen: WIK-Consult (2010) und UN DESA (2005).

Nicht nur in Schweden bestehen für Postdienstleister schwierigere Bedingungen als in der Schweiz. Auch in Österreich, Frankreich und Italien sind die Sendungsmengen pro Kopf geringer sowie (mit Ausnahme Italiens) die Bevölkerungsdichten tiefer. Aufgrund dieser Verhältnisse sollte, bei gleichbleibender Qualität und Bedingungen, ein höherer Preis als in der Schweiz zu erwarten sein. Dies ist jedoch nicht der Fall. In Österreich beispielsweise liegen – bei höherer Qualität der Briefzustellung – die Preise für 20 Gramm schwere Briefe unter jenen der Schweiz. Dadurch wird das Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich besser. In den Niederlanden sind die Bedingungen für Postdienstleister noch besser – die Sendungsmengen und die Bevölkerungsdichte liegen höher. Dies lässt verhältnismässig tiefe Preise erwarten, was auch zutrifft. In der Schweiz stimmt dieses Verhältnis jedoch bei Weitem nicht.

Tabelle 2

► Trotz hoher Preise und guter Marktbedingungen ist die Umsatzrendite der Schweizerischen Post nicht sonderlich hoch.

Umsatzrendite

| | S | UK | D | NL | A | F | I | CH |
|------------------------------|-------|--------|--------|--------|------|-------|------|-------|
| Umsatzrendite | 6.7 % | -0.1 % | 11.7 % | 15.1 % | 17 % | 4.8 % | -1 % | 8.5 % |
| Geschäftsbereich Briefe 2008 | | | | | | | | |

Quellen: WIK-Consult (2010) und UN DESA (2005).

► Offene Märkte weisen hohen Agenturanteil und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus.

Noch erstaunlicher ist, dass es der Schweizerischen Post offensichtlich nicht gelingt, die hohen Erlöse in hohe Renditen umzuwandeln. Sowohl die niederländische als auch die österreichische Post erwirtschaften eine rund doppelt so hohe Umsatzrendite im Briefpostbereich wie die Schweizerische Post. Selbst die schwedische Post, die bedeutend schwierigere Marktbedingungen hat, weist im Vergleich eine gute Umsatzrendite aus. Deren Profitabilität im Geschäftsbereich «Briefe» lag 2008 bei 6,7 Prozent, während jene der Schweizerischen Post 8,5 Prozent betrug. Es stellt sich die Frage, was die schwedische Post besser macht als die Schweizerische Post.

Mögliche Gründe für Unterschiede im Preis-Leistungs-Verhältnis

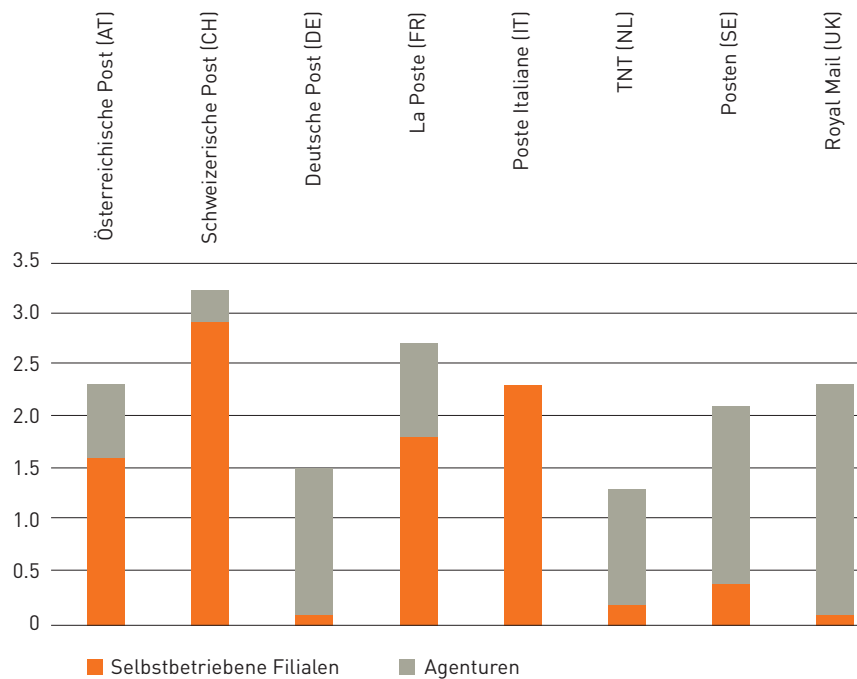
Auffallend ist, dass europäische Länder mit besserem Preis-Leistungs-Verhältnis als die Schweiz ihren Postmarkt bereits geöffnet haben (Schweden 1993, Grossbritannien 2006, Deutschland 2008, Niederlande 2009). Ferner fällt in Grossbritannien, Deutschland, Niederlande und Schweden der hohe Anteil der Agenturen auf. In der Schweiz ist der Agenturanteil sehr tief. Das Agenturmodell scheint ein wichtiger Treiber der Rentabilität zu sein.

Grafik 4

► Der Agenturanteil in der Schweiz ist minimal.

Agenturen und selbstbetriebene Filialen

Anzahl Agenturen und selbstbetriebene Filialen der Post-Universaldienstanbieter pro 10'000 Einwohner (2008)



Quelle: WIK-Consult (2010).

► Die Kunden profitieren von Agenturlösungen.

Der Liberalisierungsgrad der Märkte erklärt mitunter diesen hohen Anteil. Während der Postmarkt in Schweden bereits im Januar 1993 vollständig liberalisiert und damit Agenturlösungen möglich wurden, 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 Konsumenten und die Schweizerische Post.

Lösungsansätze

► Revision des Postorganisationsgesetzes nur zusammen mit einer verzerrungsfreien Öffnung des Marktes.

► Wettbewerbsdruck führt zu massiven Leistungsverbesserungen, wie z.B. der Paketmarkt zeigt. Früher waren keine Abholungen beim Kunden und Sendungsverfolgungen möglich.

► Durch eine einseitige Inkraftsetzung des Organisationsgesetzes würde die Vormacht- und Monopolstellung der Post noch weiter gestärkt. Bestehende Errungenschaften im Wettbewerb drohen sich zum Nachteil der Kunden zurückzubilden.

Die Grundversorgung ist nicht nur sichergestellt, sondern ein lukratives Geschäft für die Schweizerische Post. Allerdings besteht immer noch erhebliches Potenzial für Effizienzsteigerungen.

Der Markt ist konsequent zu öffnen. Wichtig dabei ist, dass die Märkte verzerrungsfrei werden. Insbesondere die Gleichbehandlung bezüglich Nachtfahrverbot, Adressverwaltung und Zugang zu Teilleistungen ist zu schaffen. Ohne die verzerrungsfreie Marktöffnung verbessert sich die Situation für die Konsumenten nicht. Es ist zudem zu erwarten, dass die Schweizerische Post auch in einem geöffneten Markt der mit Abstand grösste Anbieter bleibt.

Gleichzeitig ist der Schweizerischen Post mehr unternehmerischer Freiraum einzuräumen. Somit kann sie sich den neuen Marktanforderungen anpassen. An der Verbindung der Revisionen von Postgesetz und Postorganisationsgesetz ist deshalb zwingend festzuhalten. Bis anhin stand die glaubwürdige Drohung einer vollständigen Marktöffnung im Raum, die zu gewissen Effizienzsteigerungen der Post führte. Solche Verbesserungen für die Konsumenten halten nicht an, sobald dieser Druck abnimmt. Es wäre verkehrt, wenn die Monopolsituation der Post noch gestärkt würde, indem ausschliesslich das Postorganisationsgesetz revidiert wird. Hoffnungen auf längere Öffnungszeiten und weitere Dienstleistungsverbesserungen – geschweige denn Preissenkungen seitens der Post – würden damit definitiv vernichtet. Sollte eine Marktöffnung politisch nicht mehrheitsfähig sein, ist der Status quo des heutigen Gesetzes aus Sicht der Wirtschaft besser. In diesem Fall sind beide Gesetzesvorlagen zu verwerfen.

► Mehr unternehmerischer Freiraum für die Post muss mit einer vollständigen Marktöffnung einhergehen.

Schlussfolgerungen

Die Preise im schweizerischen Briefpostsegment gehören im europäischen Quervergleich zu den höchsten. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist im internationalen Vergleich ungenügend. Damit ist die Situation im Postmarkt für Konsumenten äusserst unbefriedigend. Mehr unternehmerischer Freiraum der Schweizerischen Post muss mit einer Marktöffnung einhergehen, die keine Verzerrungen mehr zulässt.

Die Schweizerische Post fordert mehr unternehmerische Freiheiten. Diese seien wichtiger als die Frage der Marktöffnung, argumentiert Postkonzernchef Jürg Bucher. In der Tat ist unternehmerischer Freiraum für die Schweizerische Post wichtig. Mindestens so wichtig ist aber die verzerrungsfreie Öffnung des Postmarktes, damit sich das Preis-Leistungs-Verhältnis in der Schweiz endlich verbessern kann. Agenturlösungen in grosser Zahl müssen genauso möglich sein wie ein fairer Wettbewerb zwischen privaten Postdienstleistern und Schweizerischer Post. Nur so können für Konsumenten attraktive Angebote, zeitgemässe Öffnungszeiten und vernünftige Preise gewährleistet werden. Die Grundversorgung ist dabei keinesfalls in Gefahr. Im Gegenteil: In den geöffneten Märkten liegt nicht nur das Preis-Leistungs-Verhältnis bedeutend höher, auch die Qualität der Dienstleistungen ist deutlich gestiegen und die Grundversorgung wurde verbessert. Es gibt also keinen Grund, mit einer Öffnung des Postmarktes länger zuzuwarten.

Folgende Punkte sollten adressiert werden, damit sich für Konsumenten vorteilhafte Angebote und Preise ergeben können.

Zugang zu den Teilleistungen der Post

- Die Post muss den anderen Anbieterinnen von Postdiensten gegen Entgelt den diskriminierungsfreien, transparenten und zeitgerechten Zugang zu allen ihren Teilleistungen gewähren. Diese Infrastruktur wurde in der Vergangenheit durch die Konsumenten finanziert.
- Die PostCom entscheidet bei Streitigkeiten über den Zugang zu Teilleistungen der Post.

Zugang zu Adressdaten

- Die Adressdaten werden für eine ordnungsgemässe Zustellung von Postsendungen durch eine neutrale Organisation aufbereitet und verwaltet. Damit hat der marktbeherrschende Operateur keinen Informationsvorsprung und kann die Konkurrenten diesbezüglich nicht diskriminieren.

Vollständige Liberalisierung

- Das Postmonopol muss gleichzeitig mit dem Inkrafttreten des Postgesetzes endgültig aufgehoben oder wenigstens ein konkretes Datum dafür vorgesehen werden. Letzteres sollte nicht später als der 1. Januar 2013 sein, das Datum, an dem die Nachzügler in der EU den Postmarkt vollständig liberalisieren müssen.

Nacht- und Sonntagsfahrverbot

- Für alle Meldepflichtigen haben dieselben Regeln im Markt zu gelten (insbesondere hinsichtlich Nacht- und Sonntagsfahrverbot). Die Post darf hier keine vorteilhaften Ausnahmen erhalten.

Literatur:

PostReg (2010): Tätigkeitsbericht 2009. Bern.

PostReg (2009): Tätigkeitsbericht 2008. Bern.

PostReg (2008): Tätigkeitsbericht 2007. Bern.

PostReg (2007): Tätigkeitsbericht 2006. Bern.

PostReg (2006): Tätigkeitsbericht 2005. Bern.

PostReg (2005): Tätigkeitsbericht 2004. Bern.

UN DESA (2005): United Nations Department of Economic and Social Affairs.
<http://esa.un.org/UNPP/>. Bevölkerungsdichten 2005.

WIK-Consult (2010): Der schweizerische Postmarkt im europäischen Vergleich.
Studie für Postregulationsbehörde. Schlussbericht. Bad Honnef.

WIK-Consult (2006): Main Developments in the Postal Sector (2004–2006).
Study for the European Commission, DG Internal Market. Final Report. Bad
Honnef.

Rückfragen:

stefan.vannoni@economiesuisse.ch

Impressum:

economiesuisse, Verband der Schweizer Unternehmen
Hegibachstrasse 47, Postfach, CH-8032 Zürich
www.economiesuisse.ch