



HESSISCHER LANDTAG

02. 02. 2016

Kleine Anfrage

des Abg. Lenders (FDP) vom 13.10.2015

betreffend Verfahren Bundeskartellamt gegen Deutsche Post AG

und

Antwort

des Ministers für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung

Vorbemerkung des Fragestellers:

Das Bundeskartellamt hat ein Missbrauchsverfahren gegen die Deutsche Post AG (DPAG) am 7. Juli 2015 abgeschlossen. Die Behörde wirft der DPAG vor, ihre marktbeherrschende Stellung im Bereich Briefdienstleistungen missbräuchlich ausgenutzt und dadurch Wettbewerber behindert zu haben.

Das Bundeskartellamt hat festgestellt, dass die DPAG mit Großversendern Briefpreise vereinbart hatte, die unter denjenigen lagen, die ein Wettbewerber für den Zugang zum Zustellnetz der DPAG zahlen muss - die sogenannten Teilleistungsentgelte. Damit lag ein Fall der Preis-Kosten-Schere vor. Diese Preis-Kosten-Scheren behindern die Wettbewerber der DPAG, weil diese dadurch nicht in der Lage sind, den betroffenen Briefkunden ein wettbewerbsfähiges Angebot zu unterbreiten.

Die Vorbemerkung des Fragestellers vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit dem Chef der Staatskanzlei, dem Minister des Innern und für Sport, dem Minister der Finanzen, der Ministerin der Justiz, dem Kultusminister, dem Minister für Wissenschaft und Kunst, der Ministerin für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und dem Minister für Soziales und Integration wie folgt:

Frage 1. Wie viele Verträge über Briefdienstleistungen haben hessische Landesbehörden mit der Deutschen Post AG inkl. Tochterunternehmen?

Die hessischen Ministerien und ihre nachgeordneten Behörden haben mit der Deutschen Post AG inkl. Tochterunternehmen 106 Verträge über Briefdienstleistungen abgeschlossen.

Frage 2. Welche Maßnahmen hat die Landesregierung nach der Entscheidung des Bundeskartellamtes vom 7. Juli 2015 ergriffen, um die Praxis bei Verträgen über Briefdienstleistungen mit der Deutschen Post AG inkl. Tochterunternehmen zu überprüfen?

Frage 3. Wenn sie keine ergriffen hat, warum nicht?

Die Fragen 2 und 3 werden wegen ihres Sachzusammenhangs zusammen beantwortet.

Der Beschluss des Bundeskartellamtes ist noch nicht rechtskräftig. Die Deutsche Post AG hat gegen den Beschluss Beschwerde beim Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf eingelegt. Das Verfahren beim OLG Düsseldorf ist noch anhängig. Dem Ausgang des Verfahrens kann die Hessische Landesregierung nicht vorgreifen.

Frage 4. Gibt es aktuell Preise für Briefdienstleistungen zwischen der Deutschen Post AG inkl. Tochterunternehmen und den Landesbehörden, die unter den Briefpreisen liegen, die Wettbewerber für den Zugang zum Zustellnetz der DPAG zahlen müssen?

Die hessischen Ministerien und deren nachgeordneten Behörden haben eine Vielzahl von Verträgen mit der Deutschen Post AG inkl. Tochterunternehmen abgeschlossen. Jeder einzelne Vertrag ist an den Bedarf (u.a. die örtlichen Besonderheiten, Stückzahl) der jeweiligen Behörde angepasst und kann unterschiedliche Rabattierungen beinhalten.

Für die Beantwortung der Frage ist eine umfassende Analyse dieser 106 Verträge, die die Ministerien und ihre nachgeordneten Behörden mit der Deutschen Post AG inkl. Tochterunternehmen abgeschlossen haben, sowie eine Prüfung durch die Bundesnetzagentur notwendig. Dies sprengt den Umfang der Beantwortung einer Kleinen Anfrage.

Frage 5. Wie bewertet die Landesregierung die Bedeutung der Wettbewerber der Deutschen Post AG im Briefmarkt?

Insgesamt unterliegen die Postmärkte aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung (Substitutionseffekte) erheblichen Veränderungen. Während sich im Paketmarkt ein dynamischer Wettbewerb zwischen mehreren großen Unternehmen aufgrund des boomenden E-Commerce durchgesetzt hat, hat die Deutsche Post-Gruppe im lizenzpflichtigen Briefmarkt noch immer einen Marktanteil von 88 % (siehe hierzu den aktuellen Tätigkeitsbericht Post 2014/2015 der BNetzA; Lage und Entwicklung des Postdienstes, S. 44 ff - siehe Anlage). Damit hat sich im Briefmarkt auch Jahre nach der angestrebten Liberalisierung noch kein nachhaltiger Wettbewerb entwickelt. Allerdings ist das Verkehrsaufkommen im Briefmarkt insgesamt leicht rückläufig.

Wiesbaden, 28. Januar 2016

Tarek Al-Wazir

Anlagen

E Wettbewerbsentwicklung insgesamt

Lizenzpflichtiger Briefbereich

Der Briefmarkt insgesamt ist geprägt von leicht rückläufigen Sendungsmengen. Gleichzeitig sind die Umsätze stabil. Bedingt durch die zunehmende elektronische Substitution ist, anders als im KEP-Bereich, mit weiteren Mengenrückgängen zu rechnen. Es wird erwartet, dass sowohl in der privaten als auch in der geschäftlichen Kommunikation physische Briefdienstleistungen noch stärker durch elektronische Angebote verdrängt werden. Zu einer Verstärkung der elektronischen Substitution könnte auch das Gesetz zur Förderung der elektronischen Verwaltung (EGovG) beitragen, in dem die Behörden zur Schaffung von Zugängen für rechtsverbindliche elektronische Kommunikation verpflichtet werden (vgl. § 2 EGovG). Wie stark der Mengenrückgang ausfallen wird, ist derzeit noch nicht absehbar.

Nach wie vor ist die Deutsche Post-Gruppe mit einem Marktanteil von rund 88 Prozent das eindeutig marktbeherrschende Unternehmen. Der Aufbau und Unterhalt von alternativen flächendeckenden Zustellnetzen ist im Hinblick auf tendenziell sinkende Sendungsmengen und die daraus resultierende geringe Auslastung nur schwer zu realisieren.

Die Vermutung, dass sich der Teilleistungsbereich als Impulsgeber für mehr Wettbewerb im Briefmarkt erweisen könnte, kann anhand der vorliegenden Marktdaten (s. a. Kapitel I.B.3: Lizenzpflichtige Briefdienstleistungen) derzeit nicht bestätigt werden. Die Umsätze, die von den Wettbewerbern in diesem Bereich erzielt wurden, stagnieren (s. a. Kapitel I.B.3: Lizenzpflichtige Briefdienstleistungen.), während die DP AG mit ihrer Tochter Deutsche Post InHaus Services GmbH selbst in diesem Markt erfolgreich tätig ist.

Die Anzahl der im Markt aktiven Wettbewerber sinkt weiter. Dabei scheiden überwiegend kleine Unternehmen aus. Auch die Zahl neu zu erteilender Lizenzen ist rückläufig (s. a. Kapitel III.A.1: Lizenzerteilung). Es wird damit gerechnet, dass sich dieser Trend in den kommenden Jahren fortsetzt und sich die Marktkonzentration weiter verstärkt. Die Wettbewerber der Deutsche Post-Gruppe sind mit ihrem Angebot weitgehend auf spezifische Kundengruppen angewiesen und bieten ihre Leistungen vornehmlich Geschäftskunden an. Ein hoher Lohnanteil und die weiterhin geringen Margen erschweren es ihnen, ihre Marktstellung entscheidend auszubauen. Um sich überhaupt im Markt etablieren zu können, müssen sie ihre Dienstleistungen zudem zu Preisen anbieten, die unterhalb derer der Deutsche Post-Gruppe liegen. Hinzu kommt die derzeitige steuerrechtliche Ungleichbehandlung der Angebote der DP AG und deren Wettbewerber bei Universaldienstleistungen.

KEP-Markt

Die Marktstruktur und die Wettbewerbssituation stellen sich in den einzelnen Bereichen des KEP-Marktes sehr unterschiedlich dar.

Der Kurierbereich ist geprägt von vielen kleinen Unternehmen (meist Einzelunternehmen), die in der Regel regional tätig sind. Teilweise arbeiten die Anbieter in großen Netzwerken. Der deutsche Markt gilt allgemein als gesättigt und ausdifferenziert. Kurierdienste sind hauptsächlich im B2B-Segment tätig. Der Empfängerwunsch nach einer taggleichen Auslieferung von online bestellten Waren bietet Kurierdiensten vermehrt ein

neues Betätigungsfeld im B2C-Segment, weshalb in den nächsten Jahren mit einer positiven Entwicklung zu rechnen ist. In den letzten Jahren war der Kurierbereich eher durch rückläufige Entwicklungen aufgrund von elektronischer Substitution geprägt.

Im Expressbereich sind neben den großen global agierenden Anbietern (z. B. DHL, GO! und FedEx) auch mittelständische Unternehmen im deutschen Markt aktiv, die sich teilweise in Verbänden zusammenschlossen haben. Des Weiteren bieten in Deutschland rund 16.000 Speditionen auch Expressservices an. Expressdienste befördern traditionell fast ausschließlich B2B-Sendungen. Ihre wirtschaftliche Entwicklung ist somit sehr konjunkturabhängig. Zusätzliche Wachstumspotentiale ergeben sich aus der Tatsache, dass die Nachfrage nach Expressdienstleistungen im B2C-Segment zunimmt. Hierbei handelt es sich meist um online erworbene große und schwere Waren wie z.B. Möbel und große elektronische Geräte (s. a. Kapitel I. B. 2: Nicht lizenzpflichtige Postdienstleistungen), auf deren Beförderung die klassischen Paketdienste nicht ausgelegt sind. Die Anbieter übernehmen dabei nicht nur die Zustellung der Waren, sondern bieten zusätzlich Services wie Montage oder Anschluss an.

Im Paketbereich herrschen in Deutschland wettbewerbliche Strukturen. Hier sind die nachstehenden fünf Unternehmen führend (alphabetische Reihenfolge): DPD, DP DHL, GLS, Hermes und UPS.

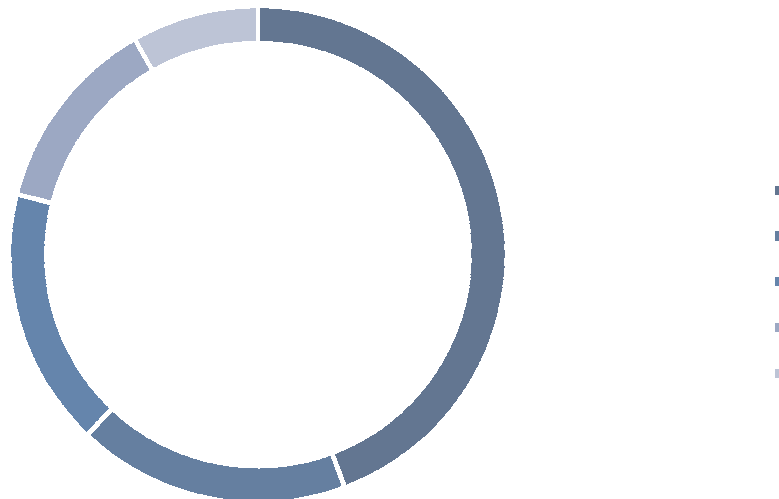


Abbildung 19: Marktanteile (Umsatz) Paketbereich 2014

Das B2C-Segment wurde lange Zeit nur von DP DHL und Hermes bedient, während die anderen Anbieter ausschließlich im B2B-Geschäft tätig waren. Mit dem boomenden Versandhandel über das Internet hat das B2C-Segment in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen und die Anbieter von B2B-Beförderung dazu bewogen, im B2C-Segment tätig zu werden. DPD, GLS und UPS haben mittlerweile neben der flächendeckenden Zustellung an Privatempfänger auch ein bundesweites Netz an Annahme- und Abholstellen errichtet (s. a. Kapitel I. B. 2: Nicht lizenzpflichtige Postdienstleistungen).