

DIGITALISIERUNG

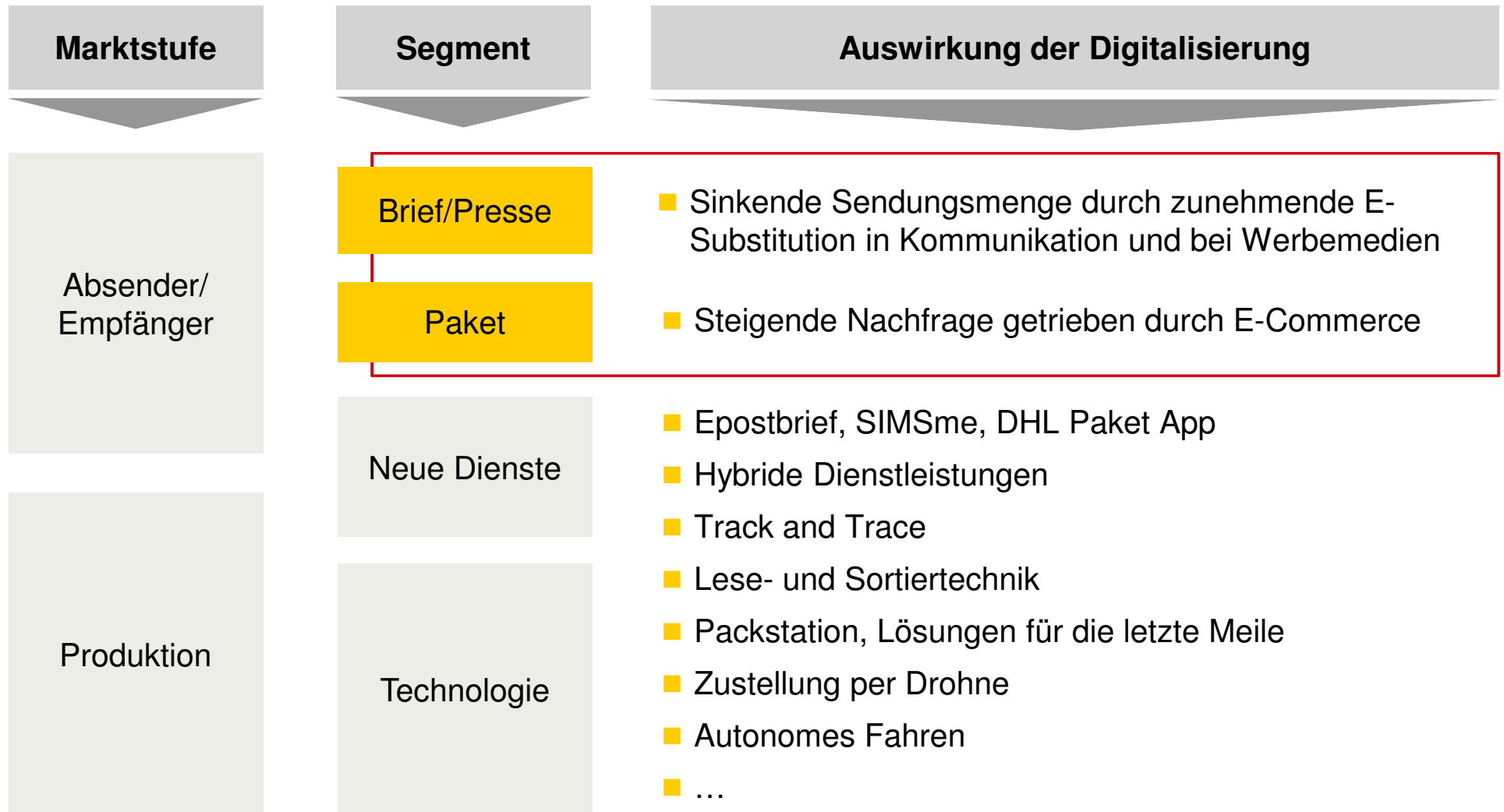
und Regulierung in Netzindustrien – der Postsektor

Dr. Ilka Meyne, Berlin, 31. Mai 2016

Agenda

- Digitalisierung im Postsektor
- Eckdaten zu den Märkten
- Sendungsmengenentwicklung Briefmarkt
- Aktueller Regulierungsrahmen
- Herausforderungen und Lösungsansätze

Digitalisierung im Postsektor: Eine Übersicht



Ausgewählte Marktdaten

Briefmarkt^{*)}



- 15,7 Mrd. Sendungen (2014)
- 8,7 Mrd. € Umsatz
- Anteil End-to-End Wettbewerb ca. 13 % (Umsatz)
- Insgesamt schrumpfender Markt

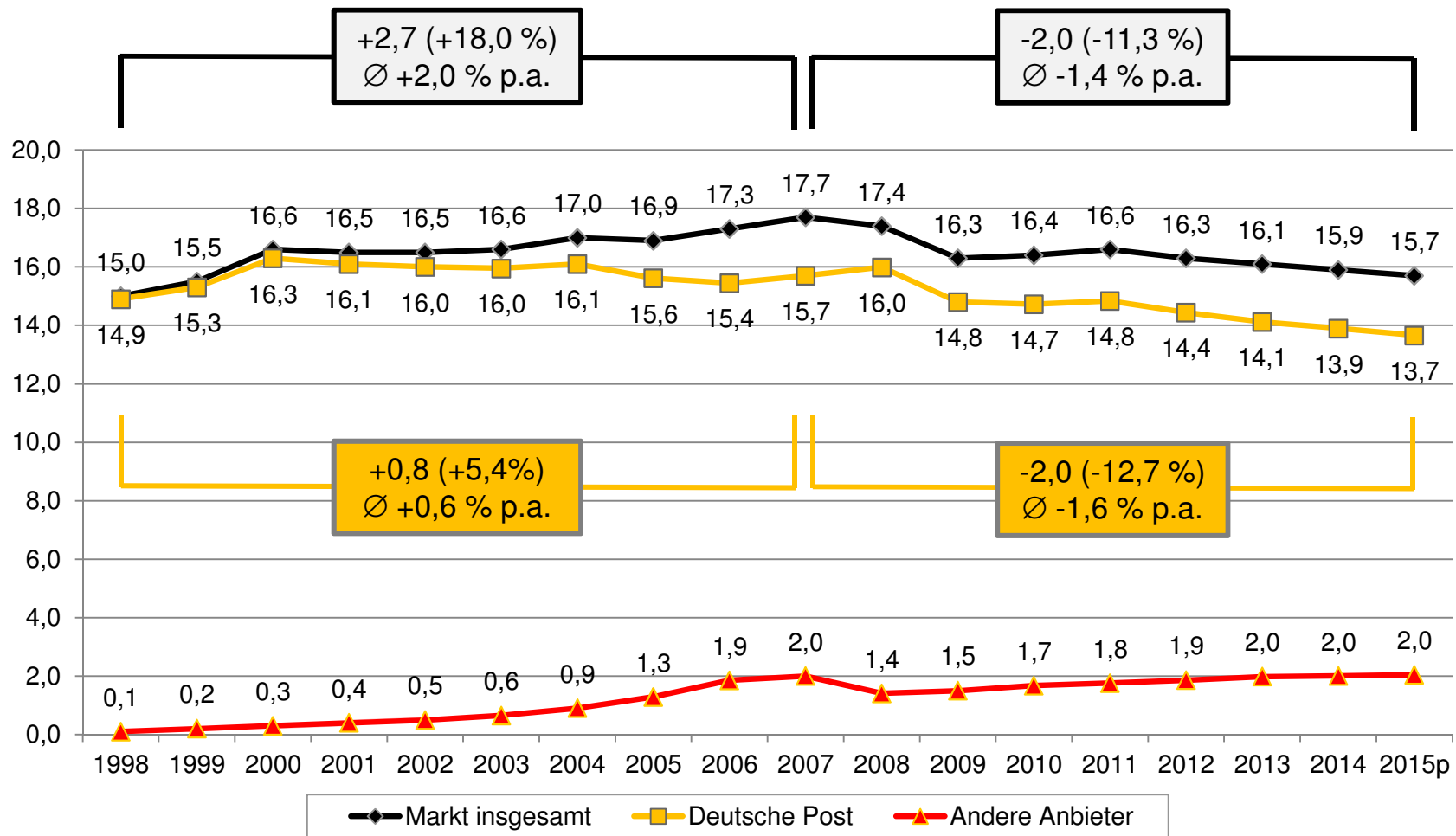
Paketmarkt



- 2,2 Mrd. Sendungen (2014)
- 9,0 Mrd. € Umsatz
- Seit 2011 jährliche Zuwachsraten zwischen 5% und 8%
- Starker Wettbewerb






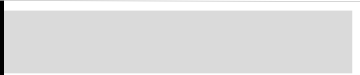


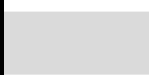


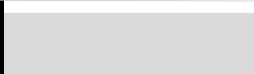


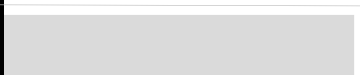


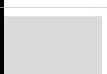

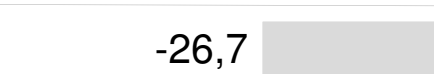
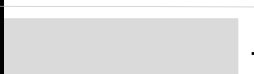

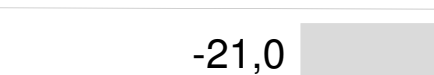
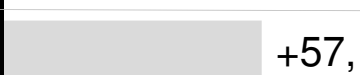


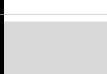

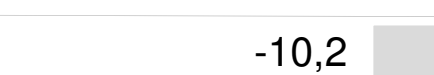

^{*)} Lizenzpflichtige Postdienstleistungen, Quelle Tätigkeitsbericht BNetzA

Insgesamt sinken die Sendungsmengen seit 2007



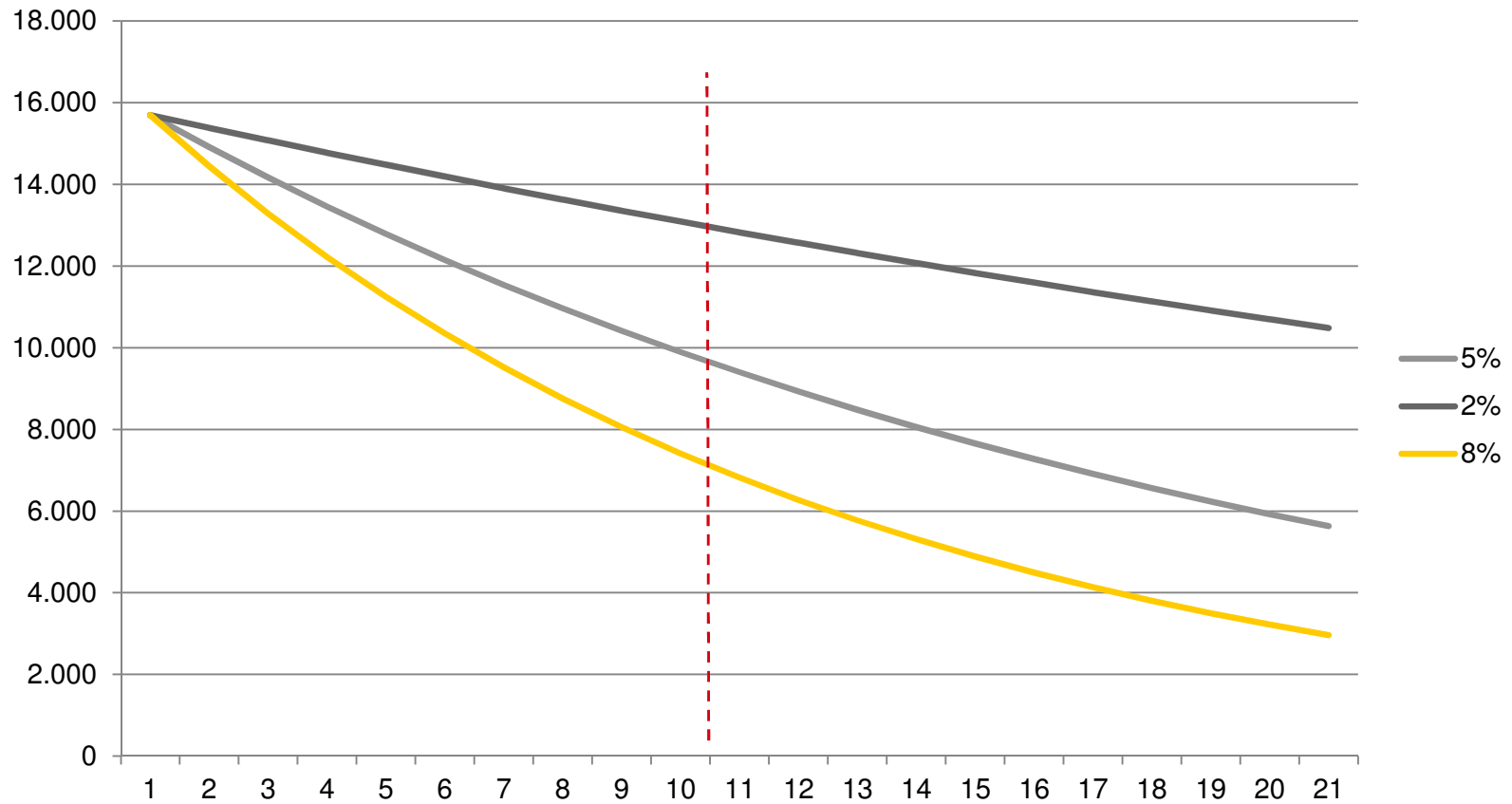
Quelle: BNetzA

Ausl. Postgesellschaften kompensieren Mengeneinbrüche durch Preiserhöhungen und Beihilfen

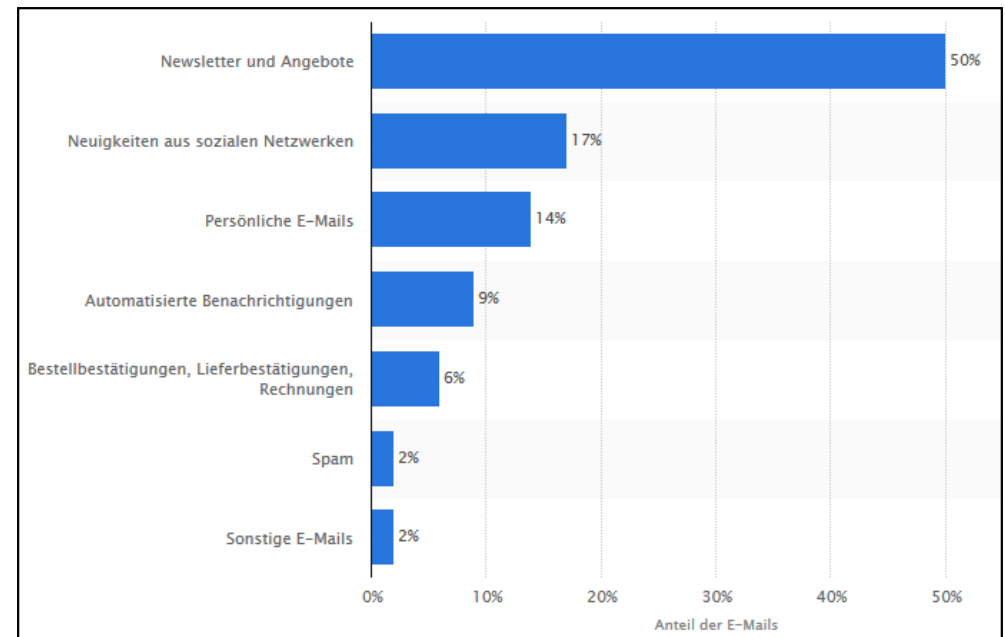
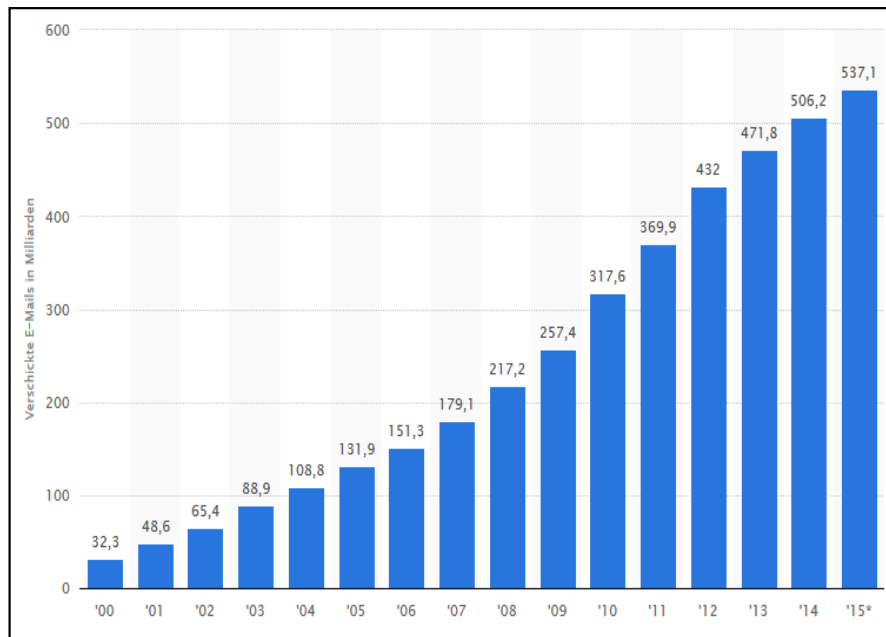
Land	Mengenentwicklung 2014 vs. Peak-Jahr (in %)	Peak-Jahr	Preisanstieg 2014 vs. Peak-Jahr (in %)	Beihilfen seit Peak-Jahr (nur für Universaldienst)
DK 	-65,1 	2003	+135,1 	
NL 	-49,8 	2003	+76,9 	
IT 	-46,5 	2005	+33,3 	~3,6 Mrd. €
ES 	-43,1 	2004	+55,6 	Höhe unklar
UK 	-38,0 	2005	+77,3 	~2,3 Mrd. GBP
PT 	-34,9 	2005	+22,2 	
FR 	-26,7 	2004	+52,0 	>1,9 Mrd. €
BE 	-21,0 	2004	+57,1 	~1,7 Mrd. €
AT 	-15,5 	2006	+23,6 	geringere Pensionszahlungen*
DE 	-10,2 	2007	+12,7 	

* Absenkung der Beitragszahlungen für Beamtenpensionen von 28,3 % auf 12,6 % (-22 Mio. € p.a.)

Bei einem 5%-tigen Mengenrückgang p.a. schrumpft der Briefmarkt in 10 Jahren um mehr als ein Drittel



Anzahl und Struktur der Email deutet auf starken Wettbewerbsdruck hin



Anmerkungen: Anzahl der versendeten E-Mails in Deutschland, ohne Spam-Mails. Prognose für 2015.

Quelle: - links: Statista, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/392576/umfrage/anzahl-der-versendeten-e-mails-in-deutschland-pro-jahr/>, abgerufen am 07.04.2016.
- rechts: Statista, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/223876/umfrage/e-mail-typen-im-posteingang/>, abgerufen am 07.04.2016.

Der aktuelle Regulierungsrahmen für den Postmarkt in Deutschland stammt noch aus einer Zeit vor der Digitalisierung

Aspekt

Grundsätzliches



Beschreibung

Die sektorspezifische Regulierung der Unternehmen knüpft in Deutschland an die Marktbeherrschung

Entgeltregulierung
(Endkunden und Netzzugang)



- Genehmigungspflicht für alle Einzelsendungen Brief
- Überprüfbarkeit aller Postdienstleistungen
- Kostenbasierte Regulierung

Universaldienstvorgaben



- Vorgaben zum Dienstleistungsangebot
- Flächendeckende werktägliche Zustellung
- Laufzeitvorgaben
- Standortvorgaben Briefkästen und Filialen

Netzzugang



- Diskriminierungsfreier Netzzugang (Teilleistungen) für Kunden und Wettbewerber

Die sinkenden Sendungsmengen im Briefbereich stellen die Deutsche Post in den nächsten Jahren vor strukturelle Herausforderungen

- Hohe Kosten aus der Erbringung des Postuniversaldienstes, die nur begrenzt an den Sendungsmengentrückgang angepasst werden können (hohe Fixkosten)
- Gleichzeitiger Anstieg der Produktionskosten durch den Teilleistungszugang für End-to-End-Wettbewerber (Rosinenpicken)
- Personalkosten aus der Behördenzeit, deutlich über Wettbewerbsniveau (Lohnniveau, Personalnebenkosten für Beamte)
- Finanzierung der nicht wettbewerbsüblichen Universaldienst- und Personalkosten über die Produkte am Markt im Wettbewerb

Mögliche Anpassungen des Regulierungsrahmens

- › Lockerung der Entgeltregulierung
 - Abschaffung der Genehmigungspflicht
 - Umsetzung des Orientierungsgebotes

- › Einbeziehung von digitalen Medien bei der Marktabgrenzung
 - Entlassung aus der Marktbeherrschung im Bereich Dialog Marketing
 - Überprüfung weiterer Märkte/Marktabgrenzungen

- › Anpassung des Universaldienstes
 - Umfang
 - Ausgestaltung
 - Finanzierung