



bbd
Bundesverband Briefdienste

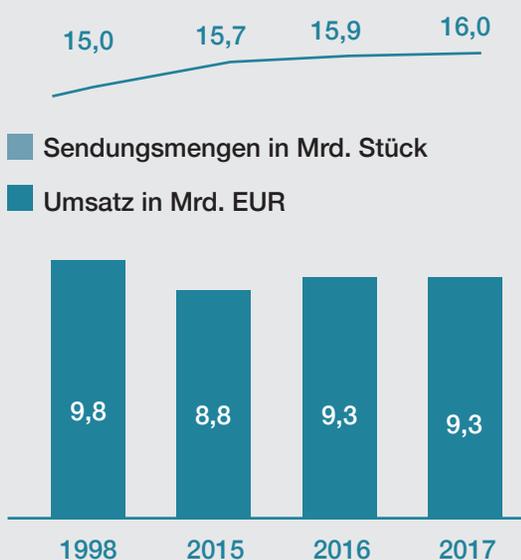
**Der Brief lebt - Wettbewerb
im Briefmarkt zahlt sich aus**



Der Brief lebt

Laut Tätigkeitsbericht der Bundesnetzagentur 2016/2017 sind die Sendungsmengen 2015/2016 um 1,3 % gestiegen. Für 2017 wird ein weiterer Anstieg um 0,6 % erwartet. Der mit Brieflogistik erzielte Umsatz stieg zuletzt sogar um 5.7 %. Mit rund 16 Mrd. Briefen jährlich werden heute eine Milliarde mehr Briefe versandt als von 20 Jahren.

UMSÄTZE UND SENDUNGSMENGEN IM LIZENZPFLICHTIGEN BRIEFBEREICH BIS 1000 GRAMM



Das zeigt:

Deutschland hat sich bisher vom rasanten Rückgang der Brieflogistik in anderen Ländern abgekoppelt.

- ★ Die vollständige Öffnung des Briefmarktes für den Wettbewerb vor 10 Jahren hat die Stellung des Briefs in der Konkurrenz zu anderen Medien gehärtet.
- ★ Die Briefdienste haben sich der digitalen Herausforderung durch neue Versandformen und durch die Kombination elektronischer und analoger Versandformen erfolgreich gestellt.
- ★ Nach einer Studie des „Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet“ vom Dezember 2017 werden folgende Eigenschaften eher vom Brief als von der elektronischen Post erfüllt:
 - Vertraulichkeit
 - Rechtsverbindlichkeit
 - Formalität
 - Persönliche Ansprache

Insbesondere im privat-geschäftlichen Verkehr hat damit der Brief einen klaren Vorsprung vor der E-Mail obwohl diese als schneller und kostengünstiger eingeschätzt wird. So wird zum Beispiel unter der Überschrift „**Keep me posted – ich entscheide**“ das Recht gefordert, Rechnungen auf jeden Fall auch in Papierform zu erhalten.

Konkrete Schwierigkeiten bei der Einführung sicherer elektronischer Kommunikation sichern dem Brief noch ein langes Leben:

- ★ Obwohl die staatliche legitimierte, sichere elektronische Post „De-Mail“ schon vor fast 6 Jahren an den Start gegangen haben sich bisher wohl nur eine Million Privatkunden authentifiziert. Damit hat sie die zuge dachte Funktion als Standardmedium in der rechtsverbindlichen Kommunikation nicht entfernt erreicht.
- ★ Das Konkurrenzprodukt der Deutschen Post AG „E-Post“ hat mangels staatlicher Anerkennung nur als Titel für hybride Briefangebote, also für die elektronische Einlieferung klassischer, analoger Briefe überlebt.
- ★ Das „elektronische Anwaltspostfach“, das für alle Rechtsanwälte verpflichtend eingeführt wurde, musste im Dezember 2017 wegen Sicherheitsmängeln wieder vom Netz genommen werden.



Das zeigt, der Brief bleibt wichtig, weil:

- ★ er sich innovativ mit neuen Medien verbindet
- ★ der Wettbewerb seine Qualität, Preiswürdigkeit und damit Akzeptanz nachhaltig stärkt
- ★ er in Zeiten des Datendiebstahls und des Datenmissbrauchs ein Rückgrat der Vertraulichkeit bleibt.
- ★ Brief und Briefbote ein Stück Heimat sind und zur Infrastruktur, gerade im ländlichen Raum unverzichtbar dazu gehören.



Der Briefmarkt

Stabile Preise durch wachsenden Wettbewerb

Nur die Auswahl zwischen mehreren Brieflogistikern verhindert überhöhte Monopolpreise. Die Preise für die Beförderung von Geschäftskundenbriefen sind in den letzten 20 Jahren im Durchschnitt Jahren deutlich gesunken.

Die Preise für die Beförderung von Privatkundenbriefen sind durch effiziente Regulierung weniger stark gestiegen als in anderen, vergleichbaren Ländern.



PREISRÜCKGANG VON 30 PROZENT UND MEHR

Privatisierung, Wettbewerb und Regulierung haben dafür gesorgt, dass über viele Jahre das Porto für Privatkunden stabil blieb. Für den gesamten, lizenzierten Briefbereich, also Privat- und Geschäftskunden, gingen die Stückpreise deutlich nach unten:

- ★ 1998 betrug der Umsatz im Briefsektor 9,8 Milliarden Euro, die Stückzahl 15 Milliarden, also 0,65 Euro pro Stück.
- ★ 2017 waren es 9,3 Milliarden Euro Umsatz und 16,0 Milliarden Stück, also 0,58 Euro pro Stück.

Das ist ein Preisrückgang von fast 9 Prozent. In realer Rechnung, also nach Berücksichtigung der allgemeinen Preissteigerung es sogar rund 30 %.

Die Briefkunden haben so rund 0,8 Milliarden Euro eingespart.

Inflationsbereinigt sind dies sogar rund 30 Prozent oder 2,8 Milliarden Euro - also fast ein Drittel Preisrückgang durch Wettbewerb.





Wettbewerb belebt das Geschäft

VIELFÄLTIG UND KOOPERATIV

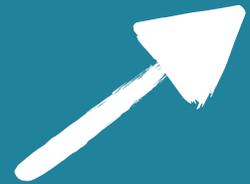
Im deutschen Briefmarkt befördern rund 450 kleinere, mittlere und größere Unternehmen Briefe, Kataloge und Warensendungen von der Hallig bis zur Alm. In nahezu jeder Region sind private Briefdienste etabliert. Durch Kooperationen und Netzeinspeisung erreichen sie flächendeckend alle Haushalte.

WAHLFREIHEIT UND DIENSTLEISTUNGEN NACH MAß

Der Wettbewerb im Briefmarkt schafft Wahlfreiheit für den Kunden. Er kann aus einer Vielzahl an Anbietern mit einer breiten Produkt- und Dienstleistungspalette zu unterschiedlichen Konditionen auswählen. Flexible und passgenaue Versandlösungen sind die Stärke der privaten Briefunternehmen. Die Zeit von Einheitsangeboten zu Monopolpreisen ist vorbei.

MONOPOLSTRUKTUREN AUFGEBOCHEN

Durch die Öffnung des Briefmarktes für Wettbewerb wurde auch die Deutsche Post AG ‚gezwungen‘, ihre verkrusteten Monopolstrukturen aufzubrechen. Sie hat sich zu einem der modernsten Logistikdienstleister der Welt entwickelt. Dabei ist die Briefsparte noch immer tragende Säule des Konzerns. Ihre Profitabilität steht dann auch im Fokus des Managements.



STEIGENDE LÖHNE BEI PRIVATEN BRIEFDIENSTEN

Nach Angaben der Bundesnetzagentur gibt es im deutschen Briefmarkt rund 162.000 Beschäftigte. Gerade die Briefbranche bietet für ein breites Spektrum unterschiedlich qualifizierter Beschäftigter aller Altersgruppen - auch Auszubildender - attraktive Berufschancen. Ein starker Briefmarkt kommt damit dem bundesdeutschen Arbeitsmarkt direkt zu Gute.

Verschiedene Unternehmen haben inzwischen Tarifverträge abgeschlossen und die Löhne liegen vielfach deutlich über dem gesetzlichen Mindestlohn.

Die Bundesnetzagentur stellt fest



Von der Hallig bis zur Alm

Seit der vollständigen Liberalisierung des Postmarktes ist die Deutsche Post immer stärker zur flächendeckenden Postdienstleistung verpflichtet. Das treibt Innovationen und neue Wettbewerbsmodelle an.



Bundesnetzagentur

Für viele Unternehmen, aber auch Privathaushalte, ist es Normalität, dass alternative Postdienstleister neben der Deutschen Post ihre Post einsammeln bzw. ausliefern. In diesem vom Wettbewerb geprägten Umfeld ist für die Endkunden ein qualitativ hochwertiges Dienstleistungsangebot entstanden, und das nicht nur in den Städten, sondern auch auf dem Land.

Die Geschäftsmodelle sind dabei vielfältig, vom regionalen Briefdienstleister bis hin zum bundesweit operierenden Paketbeförderer. Alle tragen zur Sicherstellung der postalischen Versorgung in Deutschland bei. Regional orientierte Unternehmen setzen häufig auf eigene räumlich begrenzte Zustellnetze, greifen für überregionale Sendungen aber vielfach auf die

Wettbewerbsmarkt tragen Wettbewerber der
erweiterten Auslieferung von Briefen bei.
Wettbewerbsimpulse voran.



Infrastruktur des ehemaligen Monopolisten zurück.
Einige versuchen, durch gemeinsame Netzwerke ihr
Angebot zu erweitern und unabhängiger zu werden.
Das schafft neue Wettbewerbsimpulse.

Im Paketbereich hat sich bereits gezeigt, dass Wettbe-
werb auf Augenhöhe langfristig zu Innovationen und
Verbesserungen für die Kunden führt. Dazu gehören
beispielsweise zeitgenaue oder besonders schnelle
Zustellungen, Sendungsverfolgung und die flexible
Änderung des Zustellorts. Die von der Bundesnetzagen-
tur sicherzustellende flächendeckende Versorgung mit
Postdienstleistungen ist damit gewährleistet und
gewinnt zunehmend an Qualität.



INNOVATIONEN TREIBEN BRIEFMARKT VORAN



Der Kunde hat die Wahl: Frankieren auf Private leicht gemacht

Frankiermaschinenkunden können durch das Aufspielen spezieller Software von Herstellern wie Francotyp-Postalia oder Pitney Bowes per Knopfdruck wählen, ob Briefe klassisch frankiert und die Zustellung durch die Deutsche Post AG erfolgt oder ob sie für die Frankatur private Briefdienste aus der Region auswählen und so in den Genuss meist günstigerer, regionaler Beförderungsangebote kommen.

Wohlfahrtsgewinne FÜR UNS ALLE

Der Wettbewerb im Briefmarkt hat zu deutlichen Wohlfahrtsgewinnen für Gesellschaft und Volkswirtschaft geführt:

- ★ **infrastrukturell** durch den konsequenten Auf- und Ausbau der Briefnetze im gesamten Bundesgebiet,
- ★ **monetär** durch weitgehende Preisstabilität im Privatkundensegment und deutliche Preisersparnisse im Geschäftskundensegment,
- ★ **sozial** durch die Sicherung von Arbeitsplätzen für Beschäftigte sämtlicher Qualifikationsstufen,
- ★ **service- und kundenorientiert** durch neue, maßgeschneiderte Versandprodukte, kundenfreundliche Bedienung und die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Anbietern auszuwählen,
- ★ **technologisch** durch die Etablierung und Weiterentwicklung IT-gestützter Prozesse entlang der gesamten Logistikkette,
- ★ **innovativ** durch die Kombination klassischer physischer und neuer elektronischer Kommunikationsformen.



INNOVATIONEN TREIBEN BRIEFMARKT VORAN



Der fahrende Briefkasten

Ein Briefkasten, der fährt? In Bremen völlig normal. Dort hat die Citipost in der Bremer Straßenbahn ihre blauen Briefkästen aufgehängt. So können auch Privatkunden ganz bequem, zum Beispiel auf dem Weg von oder zur Arbeit in den Genuss einfacher und schneller Briefbeförderung kommen.



E-Commerce: Waren per Brief versenden

Waren erreichen Kunden zum Portopreis eines Kompakt-, Groß- oder Maxibriefes und das am darauffolgenden Werktag. In Berlin können nicht angetroffene Kunden noch am gleichen Tag ihre Ware „nebenan“ im Supermarkt bis 22:00 Uhr oder 24:00 Uhr abholen.

Wachstumsperspektiven

WACHSTUM ENTSTEHT DURCH

- ★ Erschließen neuer Kundenkreise und Erweiterung der Produktpalette: Zum Beispiel durch die Zustellung von Warensendungen in den Briefkästen und der Teilnahme am wachsenden E-Commerce.
- ★ Kooperationen mit Dienstleistern angrenzender Branchen: Zum Beispiel bei hybrider oder voll elektronischer Kommunikation wie der De-Mail.
- ★ Technische Innovationen und Prozessoptimierungen entlang der gesamten Logistikkette, zum Beispiel IT-gestütztes Retourenmanagement, Maßnahmen der Redressprävention oder die Einführung eines zweiten Zustellversuches.
- ★ Hinzugewinn von Marktanteilen: Bei rund 16 Prozent Marktanteil für die privaten Briefdienste sind die Wachstumsperspektiven im bestehenden Markt bei stabilen Sendungsmengen ausreichend hoch. Voraussetzungen hierfür sind ein fairer Rahmen, durchgreifende Regulierung und gelebte Compliance der Deutschen Post AG als ehemaliger Monopolist und Marktbeherrscher.

Universaldienst

GESETZLICHE VORGABEN ERFÜLLT BEI STEIGENDER QUALITÄT

Das Grundgesetz besagt:

Die Grundversorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen wird im Wettbewerb erbracht. Es gibt keinen staatlich ernannten Universaldienstleister. Die gesetzgeberischen Vorgaben zum Universaldienst sind durch die Vielzahl der Anbieter mehr als erfüllt.

Dass die Deutsche Post AG auch im zehn-

ten Jahr nach der vollständigen Marktöffnung weiterhin freiwillig Universaldienstleistungen erbringt, zeigt, wie lukrativ dieses Segment für sie ist. Über die Umsatzsteuerbefreiung für Universaldienstprodukte und die Regulierung des Portopreises erhält die Deutsche Post AG einen umfangreichen finanziellen Ausgleich. Wenn Sie die Universaldienstleistungen aber zunehmend selbst infrage stellt, muss auch ihre Steuersubvention überprüft werden.



Bundesnetzagentur

„Die sicherzustellende flächendeckende Postdienstleistungen ist o





*„Deckende Versorgung mit
damit gewährleistet und gewinnt
zunehmend an Qualität.“*

(Bundesnetzagentur Jahresbericht 2013: S. 115)

Verbraucher profitiert von Wettbewerb

GÜNSTIGERE PREISE UND ANSPRECHPARTNER VOR ORT

Die vielen privaten Briefdienste in Deutschland sind meist mittelständische, regionale Anbieter vor Ort. Sie kennen ihre Kunden und ihre Region. Das schafft Vertrauen.

Obwohl nur rund 16% der Briefe durch Privatpersonen verschickt werden, bieten gerade regionale private Briefdienste vielfältige Services in diesem Bereich an. Sie geben eigene Briefmarken aus, stellen verbrauchergerecht Briefkästen auf - zum Beispiel in der Straßenbahn - oder halten Filialservices in Supermärkten und Shops vor. Meist sind die Dienstleistungen auch günstiger als beim Marktbeherrscher (bis zu 25%), da regionale Unternehmen keine teuren Verwaltungsapparate vorhalten.

TELEKOMMUNIKATIONS- UND PAKETBRANCHE HABEN ES VORGEMACHT

Wettbewerb schafft für Verbraucher und Geschäftskunden

- ★ mehr Infrastruktur,
- ★ bessere Services und
- ★ attraktive Konditionen.

Mit beiden Branchen, der Telekommunikationsbranche auf der einen und dem Paketsektor auf der anderen Seite, gibt es viele Berührungspunkte.

So kooperieren private Briefdienste mit Telekommunikationsunternehmen im Bereich hybrider und elektronischer Kommunikation. Sie übernehmen zum Beispiel Druck und physische Zustellung elektronisch eingelieferter Briefe oder tragen Verantwortung für die persönliche Identifizierung an der Haustür im Rahmen der De-Mail Initiativen.

Im Paketbereich stellen Briefdienste all jene Warensendungen kostengünstig zu, die in den Briefkasten passen und nicht an der Haustür persönlich abgegeben werden müssen. Auch finden Kooperationen bei der Mitnahme von Paketen und Briefen statt. Es spart Zeit für den Versender und schont zudem die Umwelt, wenn nur ein Dienstleister Pakete und Brief mitnimmt und anschließend den unterschiedlichen Zustellprozessen zuführt.

Gemeinsam in ganz Deutschland FLÄCHENDECKUNG UND MEHR SERVICES

Ob von der Nordseeinsel Borkum bis ins Allgäu oder von Bocholt bis nach Cottbus - die privaten Briefunternehmen engagieren sich vor Ort: aus der Region für die Region.

Das liegt auch auf der Hand - denn rund 80% der Briefe, die verschickt werden, verbleiben in der Region.

Auch für alle anderen Briefe, die über-regional oder international versandt werden, haben die privaten Unternehmen Lösungen geschaffen. Sie kooperieren untereinander, verknüpfen ihre regionalen Netze und erreichen so mit ihren eigenen Infrastrukturen und dem Netzzugang beim Marktbherrscher alle Haushalte.



Die Privaten: Von den Nordseeinseln bis i

Der Lünebote Kurierdienst GmbH
Stadtkoppel 13, 21337 Lüneburg
www.luenebote.de

Hadler Zeitungsvertriebsgesellschaft mbH
Herbert-Huster-Straße 1, 21762 Otterndorf
Telefon 04751-901158

NordBrief Rostock GmbH
Herrenholz 10 - 12, 23556 Lübeck
www.nordbrief-ostsee.de

CITIPOST Nordwest GmbH & Co. KG
Wilhelmshavener Heerstr. 276,
26125 Oldenburg
www.citipost-nordwest.de

regioVertrieb Nord GmbH
Am Markt 24, 26409 Wittmund
www.regiopost.de

LLS GmbH
Zu den Hafenbecken 3, 26723 Emden
www.lls-post.de

Borkumpost
Graf-Galen-Str. 2, 26757 Borkum
www.borkumpost.de

erpel-Fahrradkurier GmbH & Co. KG
Friesenstraße 80, 26789 Leer
www.erpel-fahrradkurier.de

InWiLog Post-Service OHG
Jeersdorfer Weg 22, 27356 Rotenburg
www.inwilog.de

NORDSEE ZEITUNG GmbH
Am Grollhamm 4, 27574 Bremerhaven
www.citipost-nordsee.de

CITIPOST Norden GmbH & Co. KG
Stellmacherstr. 14, 26506 Norden
Telefon 04931-9300890

Citipost Nordwest Mail GmbH
Duckwitzstraße 84
28199 Bremen
<http://www.citipost.de>

Postcon Regional Rhein-Ruhr GmbH
Bamlerstraße 61, 45141 Essen
<http://www.postcon.de>

Porto-Letter-Service GmbH
Karl-Schneider-Str. 8, 45966 Gladbeck
<http://www.portoletterservice.de>

Kurier-Blitz GmbH
Dingdener Str. 20, 46395 Bocholt
<http://www.kurier-blitz.de>

KDW Postservice GmbH
Graf-Otto-Str. 35, 47533 Kleve
Telefon 02821-75410

Post-Service Niederrhein GbR
Daimlerstr. 7, 47574 Goch
<http://www.postservice-niederrhein.de>

Brief und mehr GmbH & Co. KG
Eulerstr. 15, 48155 Münster
<http://www.briefundmehr.de>

DUPI Briefdienst GmbH
Grüner Weg 79, 48268 Greven
Telefon 02571-53303

Brief und mehr GmbH & Co. KG
Eulerstr. 15, 48155 Münster

CPO CITIPOST Osnabrück GmbH & Co. KG
Karlstr. 1, 49074 Osnabrück
<http://www.citipost-os.de>

KURIERFOX GmbH & Co. KG
Hüsemanns Esch 4, 48531 Nordhorn
<http://www.kurierfox.de>

CITIPOST GmbH
Lilienthalstr. 19, 30179 Hannover
<http://www.citipost.de/Hannover>

CITIPOST Weserbergland GmbH
Walter-von-Selve-Str. 6, 31789 Hameln
<http://www.citipost.de>

Wiehen Mail
Lohhorststr. 1, 32339 Espelkamp
<http://www.wiehen-mail.de>

Nethe-Kurier GbR
Warburger Str. 33, 33034 Brakel
<http://www.nethe-kurier.de>

Citipost OWL GmbH & Co. KG
Industriestr. 20, 33689 Bielefeld
<http://www.citipost-owl.de>

CITIPOST-Verbund GmbH
Lilienthalstraße 19
30179 Hannover
<http://www.citipost.de>

Mittelhessen Mail GmbH & Co. KG
Am Urnenfeld 12, 35396 Gießen
<http://www.mittelhessenmail.de>

MLH MedienLogistik Hessen GmbH & Co. KG
Frankfurter Str. 8, 36043 Fulda
<http://www.medienlogistik-hessen.de>

CITIPOST Göttingen GmbH
Dransfelder Str. 1, 37079 Göttingen
<http://www.citipost.de/goettingen>

Medienhaus Krause Logistik GmbH & Co. KG
Bäckerstr. 31 - 35, 38640 Goslar
<http://www.medienhaus-krause.de>

ACT rhein-erft trans fair Ltd. & Co. KG
Oststr. 34, 50189 Elsdorf
<http://www.act-transfair.de>

Bergische Post
Aggerufer 25, 51766 Engelskirchen
Telefon 02263-1711

BS Saar-Mosel GmbH
Untertürkheimer Str. 15,
66117 Saarbrücken
<http://www.saariva.de>

Pressediens Kurpfalz GmbH
Dudenstr. 12 - 26, 68167 Mannheim
<http://www.pdk.de>

BWPOST GmbH & Co. KG
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
<http://www.bwpost.net>

BWPOST Böblingen GmbH
Böblinger Str. 68, 71065 Sindelfingen
<http://www.bwpost-bb.de>

BWPOST Rems-Murr GmbH
Anton-Schmidt-Str. 7, 71332 Waiblingen
<http://www.bwpost-rems-murr.de>

BWPOST Zollernalb GmbH
Häselstr. 6, 72336 Balingen
<http://www.bwpost-zak.de>

S-Mail GEA Post Service GmbH
Auchterstr. 4, 72770 Reutlingen
<http://www.smailgmbh.de>

RegioMail GmbH
Austr. 52, 74076 Heilbronn
www.regiomail.de



www.pin-ag.de



www.citipost.de



www.logistic-mail-factory.de

s ins Allgäu

Regionale Briefdienste (Auszug)

- so es vereinzelt keinen privaten Briefdienst vor Ort gibt, wird auf den Netzzugang beim Marktbeherrscher zurückgegriffen
- Darstellung ausgewählter privater Briefdienste, kein Anspruch auf Vollständigkeit



PIN Mail AG
Alt Moabit 91, 10559 Berlin
www.pin-ag.de
DEBEX GmbH
Friesenstr. 11 - 13, 14482 Potsdam
www.debex-potsdam.de
Die Briefboten GmbH
Friesenstr. 11 - 13, 14482 Potsdam
www.briefboten.de
PIN Mail GmbH
Berghofer Weg 35, 15569 Woltersdorf
www.pin-woltersdorf.de

Turbo P.O.S.T. GmbH
Brénckenhoffstr. 16,
16816 Neuruppin
www.turbo-post.de
**Nordkurier Mediengruppe
GmbH & Co. KG**
Friedrich-Engels-Ring 29,
17033 Neubrandenburg
City Brief Bote GmbH
Dammweg 3, 16303 Schwedt
www.citybriefbote.de

City Mail Weiden GmbH
Bahnhofstraße 24, 92637 Weiden
http://www.city-mail.de

City Mail Regensburg GmbH
Rathenaustr. 9, 93055 Regensburg
http://www.city-mail.de

Neue Presse Post GmbH
Medienstr. 5 a, 94036 Passau
http://www.neue-presse-post.de

mailworXs GmbH
Bernstr. 2, 97084 Würzburg
http://www.mailworxs.de
Main-PostLogistik GmbH
Bernstr. 2, 97084 Würzburg
http://www.mainpostlogistik.de

THPS Thüringer Postservice GmbH
An den Pappeln 2, 99100 Alach
http://www.thpsonline.de

Media Logistik GmbH - Post Modern
Meinholdstr. 2, 01129 Dresden
www.post-modern.de

REGIO Print-Vertrieb GmbH
Straße der Jugend 54, 03050 Cottbus
www.rpv-cottbus.de

LVZ Logistik GmbH
Druckereistr. 1, 04159 Leipzig
www.lvz-logistik.de

Kraftverkehr Torgau Citypost GmbH
Repitzer Weg 1, 04860 Torgau
www.citypost-torgau.de

Chiemgau Post GmbH
Am Waltershamer Feld 20 b,
83308 Trostberg
http://www.chiemgau-post.de

HB-Regiopost GmbH
Klausenstr. 61, 84489 Burghausen
http://www.hb-regiopost.de

Logistic-Mail-Factory GmbH
Affinger Str. 7, 86167 Augsburg
http://www.lmf-postservice.de

allgäu mail GmbH
Heisinger Str. 14, 87437 Kempten
http://www.allgaeu-mail.de

Südwest-Mail Brief +Service GmbH
Riedheimer Straße 6, 89129 Langenau
www.suedwest-mail.de

Südmail GmbH
Ettishofer Straße 8, 88250 Weingarten
http://www.suedmail.de

arriva gmbh
Pforzheimer Str. 176/3, 76275 Ettlingen
http://www.arriva-service.de

arriva gmbh
Freibühlstr. 4, 78224 Singen
http://www.arriva-service.de

arriva gmbh
Waltershofener Str. 9, 79111 Freiburg
http://www.arriva-service.de



Dialogfelder mit der Politik

FÜR MEHR WETTBEWERB ENGAGIEREN

Versender, Empfänger und Beschäftigte profitieren von gesunden Unternehmen und einer florierenden Briefbranche. Durch vitalen Wettbewerb im Briefmarkt können Leistungen gesteigert, eine höhere Angebotsvielfalt geschaffen und Kosten optimiert werden. Davon profitieren Verbraucher und Geschäftskunden gleichermaßen.

- ★ Wir wünschen uns, dass die Politik sich für leistungsstarken und fairen Wettbewerb im Briefmarkt engagiert und die Leistungen aller Briefunternehmen honoriert.

Umkehr: Wettbewerbsförderung statt Monopolschutz

MONOPOLISTEN ZÜGELN - JUNGEN WETTBEWERB STÄRKEN

Erst 2008 wurde der Briefmarkt vollständig liberalisiert und für Wettbewerb geöffnet. Wie lukrativ der Briefmarkt ist, zeigt sich an der Vehemenz, mit der die Deutsche Post AG versucht, ihr Monopol zu verteidigen. Die Liste der Abwehrmaßnahmen ist lang. Nicht alles ist legal und schon gar nicht legitim. Ob rechtswidrige Lohndiktate, einseitige Umsatzsteuerprivilegien, missbräuchliche Dumpingpreise durch Billigtöchter oder horrende Rabatte für lukrative Geschäftskunden: Jede einzelne Aktion muss mittels langwieriger und kostenintensiver Regulierungs-, Kartell- und Gerichtsverfahren aufgeklärt werden. Erst dann kann wettbewerbswidriges Verhalten untersagt werden. Hier muss eine Umkehr stattfinden durch:

- ★ strengere Gesetzgebung mit schärferen Kontrollinstrumenten für die Aufsichtsbehörden
- ★ Errichtung einer Postmarkt-Transparenzstelle um missbräuchliche Preisgestaltung des Marktbeherrschers frühzeitig zu erkennen und zu unterbinden
- ★ Harte finanzielle Sanktionen und Schadensersatzregeln, damit sich Verstöße nicht wirtschaftlich lohnen
- ★ permanentes Erinnern der Deutschen Post AG an ihre eigenen Compliance Regeln

PREISREGULIERUNG AUSWEITEN

Da der Wettbewerb im Briefmarkt bislang immer noch von dem marktbeherrschenden Unternehmen Deutsche Post AG dominiert wird, ist eine effiziente Preisregulierung durch die Bundesnetzagentur weiter erforderlich. Damit nicht nur Verbraucherpreise angemessen festgelegt, sondern auch Dumpingpreisstrategien des Marktbeherrschers künftig verhindert werden können, plädieren wir für eine Stärkung der Regulierungsinstrumente. Diese sollten analog der Telekommunikationsbranche geschärft werden durch:

- ★ Ex-Ante-Entgeltregulierung von Massensendungen und Teilleistungen des Marktbeherrschers und seiner Töchter
- ★ Vorlagepflicht von Großkundenverträgen des Marktbeherrschers und seiner Töchter
- ★ Besonderen Zugang für Wettbewerber zum Netz des Marktbeherrschers ermöglichen
- ★ Antragsrecht der Wettbewerber und ihrer Verbände bei vermuteten Missbrauch der Marktmacht

AUSSCHREIBUNGSVORSCHRIFTEN DURCHSETZEN

Noch nicht alle öffentlichen Stellen schreiben - wie gesetzlich verlangt - ihre Briefvolumina im Wettbewerb aus. Damit zahlen Bürgerinnen und Bürger unter Umständen mehr als erforderlich für den Versand der Briefe öffentlicher Stellen. Zudem kommen sie nicht in den Genuss besserer Services. Privaten Briefunternehmen wird die Chance genommen, sich um den Versand der Briefvolumina der öffentlichen Hand zu bewerben.

- ★ Die Vorschriften für Ausschreibungen bei Bund, Ländern und Gemeinden sollten kurzfristig durchgesetzt werden, um die Briefvolumina der öffentlichen Hand zeitnah im Wettbewerb zu vergeben.

STAATLICHE BETEILIGUNG BEENDEN

Wir begrüßen, dass der Staat sich von seinen Anteilen am ehemaligen Staatsmonopolisten trennt und somit Abhängigkeiten verringert werden.

- ★ Der Kurs sollte zügig fortgesetzt und die Beteiligung an der Deutschen Post AG komplett beendet werden.

UMSATZSTEUER FÜR ALLE BRIEFDIENSTLEISTUNGEN EINFÜHREN

Bislang können sich Unternehmen von der Umsatzsteuer befreien lassen, wenn sie Universaldienstprodukte, die der durchschnittliche private Haushalt nachfragt, flächendeckend erbringen. Weil es immer wieder zu Abgrenzungsproblemen kommt und auch andere Dienstleistungen der Daseinsvorsorge der Umsatzsteuer unterliegen, ist eine Besteuerung sämtlicher Briefprodukte für alle am Markt tätigen Unternehmen wünschenswert. Für Ausnahmen gibt es sachlich keinen Grund.

- ★ Sämtliche Briefdienstleistungen sollten künftig der Umsatzsteuer unterliegen.



VORSTAND

DR. WALTHER OTREMBA
Vorstandsvorsitzender
 Staatssekretär a.D.

DR. RÜDIGER GOTTSCHALK
stv. Vorstandsvorsitzender
 CEO Postcon

DR. AXEL STIRL
Vorstand
 CEO Pin Mail

Michael Ulbrich
Vorstand
 Post Modern Media
 Logistik GmbH

BEIRAT

MANOJ GEORGE
Vorsitzender
 Prokurist und Vertriebsdirektor
 für Zentraleuropa Pitney
 Bowes Deutschland GmbH

MIRCO WIECK
stv. Vorsitzender
 Geschäftsführer Logistic-
 Mail-Factory GmbH

MICHAEL KUNTER
Mitglied
 Geschäftsführer mailworXs GmbH

HELGE SCHWEERS
Mitglied
 Geschäftsführer Nordwest-Mail GmbH

KARSTEN KNAUP
Mitglied
 Geschäftsführer Debex GmbH

WOLFGANG SCHMID
Mitglied
 Geschäftsführer sMAIL GEA Post-Service GmbH

Starke Unternehmen

DER BUNDESVERBAND BRIEFDIENSTE STELLT SICH VOR

Im Bundesverband Briefdienste e.V. (BBD) haben sich die führenden privaten Briefdienste und Anbieter der Postbranche zusammengeschlossen. Zu ihnen zählen verlags- und konzerngebundene Unternehmen sowie eigenständige klein- und mittelständische Betriebe. Die ehemals staatliche Deutsche Post AG ist nicht Mitglied.

Die Mitgliedsunternehmen bedienen private und/oder gewerbliche Versender in ganz Deutschland und organisieren den Briefversand von A wie Abholung bis Z wie Zustellung - lokal, regional, bundesweit und international.

Über Netzwerkkooperationen und -einspeisungen werden vorhandene Infrastrukturen intelligent miteinander verknüpft. Jeder Haushalt wird so schnell und zuverlässig erreicht.

Neben der klassischen physischen Briefzustellung bieten die Mitgliedsunternehmen auch innovative Lösungen im Bereich der digitalen Kommunikation an.

AUSZUG MITGLIEDER

postcon 

pin
MAIL

CITIPOST
 Einfach. Gut. Geschickt.

mailalliance 

PitneyBowes

FP 

Offener und transparenter Dialog

IM EINKLANG MIT ALLEN BETEILIGTEN

Als Schnittstelle der Mitgliedsunternehmen zu Politik, Verwaltung, Aufsichtsbehörden, Gewerkschaften und der (medialen) Öffentlichkeit tritt der Bundesverband Briefdienste für leistungsstarken Wettbewerb im Briefmarkt ein.

Dabei setzt der Verband auf offenen und transparenten Dialog mit allen Beteiligten. Er bezieht Position zu einer Vielfalt an Themen und vermittelt zwischen den Interessen.

Idealerweise sollten politische und regulatorische Vorhaben die Belange der Briefdienste berücksichtigen und an dem Ziel zur Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen ausgerichtet sein.

INTERESSEN- VERTRETUNG UND MITGLIEDER- BETREUUNG

- ★ Gegenüber Bundes- und Landesregierungen sowie den jeweiligen Parlamenten vertritt der Bundesverband Briefdienste die Interessen der Briefdienste in Bezug auf die Marktregulierung, die steuerlichen Rahmenbedingungen, die Arbeitsmarktpolitik und die Beteiligungen des Bundes an der Deutschen Post AG.
- ★ In Kartell- und Regulierungsangelegenheiten bündelt der Bundesverband Briefdienste Informationen und Entwicklungen aus der Branche und steht den Aufsichtsbehörden als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung.
- ★ Der Bundesverband Briefdienste organisiert durch erprobte Zusammenarbeit mit anderen Logistikverbänden politischen Einfluss auf allen relevanten Ebenen.
- ★ Bei der Gesetzesanwendung, zum Beispiel beim Vergabelohn, sorgt der Bundesverband Briefdienste für praktikable Lösungen im Dialog zwischen Verwaltung und Briefunternehmen.
- ★ Bei post-, Lohn- und wettbewerbsrechtlichen Problemen berät der Bundesverband Briefdienste sachkundig und effizient.
- ★ Gegenüber den Ländern und Gemeinden setzt sich der Bundesverband Briefdienste für zügige und transparente Ausschreibungen ein.
- ★ Durch Veranstaltungen werden die Mitglieder über die aktuellen Branchenentwicklungen informiert.
- ★ Mittels enger Kontakte zur Presse werden die Anliegen der Briefdienste in die Öffentlichkeit transportiert.
- ★ Als tariffähiger Verband vertritt der Bundesverband Briefdienste die Interessen der Arbeitgeber in der Brieflogistik gegenüber den Gewerkschaften.





WETTBEWERB IM BRIEFMARKT FÖRDERN

Im Bundesverband Briefdienste e.V. (BBD) haben sich die führenden privaten Briefdienste und Anbieter der Postbranche zusammengeschlossen.

Gemeinsam treten sie für leistungsstarken Wettbewerb im Briefmarkt ein.

Von der Politik wünschen sich die Unternehmen ein offeneres Klima, faire Rahmenbedingungen und Impulse für mehr Wachstum.

Bundesverband Briefdienste e.V. (BBD)
Rico Nelte-Freudenberger, Geschäftsführer
Karmeliterweg 9
13465 Berlin
www.briefdienste-online.de