



Initiative Zukunft Postmarkt Eckpunktepapier

Ziele und Forderungen zur Postmarktöffnung 2011

Wien, 21. April 2009

ZUSAMMENFASSUNG

zum Grundsatzpapier der Initiative Zukunft Postmarkt

Eckpunkte für einen fairen Postmarkt

Marktöffnung

Am 1.1. 2011 wird der österreichische Postmarkt geöffnet.

Dieser Zeitpunkt bietet die große Chance, um im heimischen Postmarkt endgültig für mehr Wettbewerb und somit für ein vielfältigeres Angebot an Postdiensten, bessere Produkte, günstigere Preise und nicht zuletzt für neue Arbeitsplätze und Steueraufkommen zu sorgen. Die im vorliegenden Eckpunkte-Papiers bzw. der darin enthaltenen Gestaltungsvorschläge verfolgen daher das Ziel,

- faire Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen für alle Marktteilnehmer auf einem wettbewerblich orientierten Postmarkt zu schaffen,
- die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen (Universaldienst) für alle Marktteilnehmer sicherzustellen
- eine wirksame Regulierung des Universaldienstes und des Wettbewerbs zu gewährleisten
- die Kosten für Postdienstleistungen durch funktionierenden Wettbewerb in allen Produktbereichen zu senken

Die Österreichische Post AG

Die Österreichische Post AG (Post AG) ist das dominierende Unternehmen am österreichischen Postmarkt, dem in praktisch allen Marktsegmenten eine beherrschende Stellung zukommt. Im Rahmen der Marktöffnung muss sichergestellt werden, dass die Post AG, sofern ihr für die Erbringung des Universaldienstes unzumutbare Kosten entstehen, einen fairen Kostenersatz erhält, wobei dieser Beitrag von jenen Unternehmen zu leisten ist, die in den neu geöffneten Markt eintreten. Um ihrer Versorgungspflicht möglichst effizient und unter Vermeidung aller unnötigen Kosten nachkommen zu können, muss der Post AG die dafür notwendige betriebswirtschaftliche Gestaltungsfreiheit eingeräumt werden. Insbesondere sollte die Post AG im Bereich der Arbeitskosten entlastet werden.

Die Postmarktöffnung darf aber nicht dazu führen, dass der bereits jetzt marktbeherrschenden Post AG als Gegenleistung für die Übernahme des Universaldienstes weitere Wettbewerbsvorteile eingeräumt werden

Alternative Postdienstleister

Faire Wettbewerbsbedingungen bedeuten, dass die Regelungen im Postmarktgesetz (Anmeldung, Pflichten, Kostenbelastung) nicht als Markteintrittsbarrieren missbraucht werden und dass die vorhandenen Anbieter von Postdienstleistungen (Verlage, Paketzusteller etc.) durch die Marktöffnung im bestehenden Geschäft und durch unverhältnismäßige Zuschussverpflichtungen zum Universaldienstausgleichsfonds nicht zusätzlich belastet werden dürfen.

Alternative Postdienstleister dürfen gegenüber der Post AG nicht benachteiligt werden, die besonderen Pflichten und Auflagen der Post AG als Universaldienstbetreiber werden ohnedies durch den zwingend vorgesehenen Ersatz der Universaldienst-Nettokosten kompensiert!

Zugang zur Infrastruktur – Öffnung der Hausbrieffachanlagen

Die Öffnung der Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen ist aus Wettbewerbssicht ein zentrales Thema der Marktöffnung. Derzeit sind die Zustelleinrichtungen für ca. 1,27 Mio. oder knapp 32 % aller österreichischen Abgabestellen nur die die Post AG zugänglich. Andere Formen der Zustellung wie die Abgabe an der Wohnungstür oder die persönliche Übergabe an den Empfänger stellen aus Qualitäts- oder Kostengründen keine Alternative dar.

Sollte es bis 2011 zu keiner Gleichbehandlung aller Postdienstleister beim Zugang zu den Zustelleinrichtungen kommen, wird es daher keinen anderen Anbieter als die Post AG am neu geöffneten Postmarkt und damit keinen Wettbewerb geben!

Das neue Postmarktgesetz hat daher zu gewährleisten, dass alle Postdienstleistern gegen angemessenen Kostenersatz gleichberechtigten Zugang zu den Zustelleinrichtungen erhalten. Insbesondere im Bereich der Hausbrieffachanlagen in den Städten kann dies – bis zur flächendeckenden Umrüstung der Hausbrieffachanlagen - durch Weitergabe entsprechender Schlüssel erfolgen (wie dies die Post AG jetzt schon mit Sub-Dienstleistern handhabt). Entsprechende Qualitätskriterien für die Postdienstleister und Kontrollmechanismen sind vom Gesetz vorzusehen.

Universaldienst

Das Postmarktgesetz soll sicherstellen, dass der österreichischen Bevölkerung und den Wirtschaftstreibenden auch nach der Marktöffnung ein Mindestangebot an flächendeckenden und hochwertigen Postdienstleistungen zu erschwinglichen Preisen zur Verfügung steht (Universaldienst). Bei der Festlegung des Umfangs des Universaldiensts ist auf die Bedürfnisse der Marktteilnehmer Bedacht zu nehmen.

Die Kosten für die Erbringung des Universaldiensts sind vor allem aus den Erträgen zu finanzieren, die der oder die Universaldienstbetreiber bei der Erbringung der Universaldienstleistungen erwirtschaftet. Dabei ist auf eine effiziente Leistungserbringung und kostenorientierte Tarife zu achten. Können die Kosten für die Erbringung des Universaldiensts durch die daraus erwirtschafteten Erträge in einem unzumutbaren Ausmaß nicht gedeckt werden, so hat der Universaldienstleister für diese unzumutbaren Kosten (so genannte Nettokosten des Universaldiensts) Anspruch auf eine entsprechende Abgeltung. Die konkrete Berechnung der Nettokosten muss gemäß den Vorgaben der 3. Postrichtlinie unter Aufsicht der Regulierungsbehörde erfolgen, die Zumutbarkeit der Kosten muss jedenfalls von dem in diesem Bereich erwirtschafteten Ertrag abhängig gemacht werden.

Regulierungsbehörde

Die für das Funktionieren des liberalisierten Postmarkts notwendige unabhängige Regulierungsbehörde soll zum ehestmöglichen Zeitpunkt mit allen sektorspezifischen Kompetenzen und den für eine effektive Aufgabenerfüllung notwendigen Ressourcen ausgestattet werden. Im Bereich des Universaldienstes und aufgrund der Stellung der Post AG als marktbeherrschendem Unternehmen ist eine effektive und unparteiische Regulierung eine notwendige Voraussetzung für Wettbewerb.

Im Bereich des Universaldienstes müssen nach den Vorgaben der EU-Richtlinie kostenorientierte, transparente und nicht-diskriminierende Tarife und Rabatte gelten, diese Vorgabe kann nur durch eine starke Postregulierungsbehörde sichergestellt werden.

Umsatzsteuer

Die unechte Umsatzsteuerbefreiung der Post AG stellt einen erheblichen Vorteil im Wettbewerb um jene Kunden dar, die ebenfalls unecht umsatzsteuerbefreit sind (öffentliche Körperschaften, gemeinnützige Organisationen, Finanzdienstleister etc.) oder die nicht vorsteuerabzugsberechtigt sind (Konsumenten). Das betrifft im Briefbereich mehr als die Hälfte aller Postsendungen. Alle Marktteilnehmer müssen im Bereich Umsatzsteuer gleichgestellt werden. Im Interesse der Konsumenten wird ein für alle Marktteilnehmer geltender begünstigter Umsatzsteuersatz von 10% vorgeschlagen.

Sollte diese Maßnahme aus rechtspolitischen Überlegungen nicht bis 2011 umgesetzt werden können, so muss der mit der Umsatzsteuerbefreiung verbundene Wettbewerbsvorteil der Post AG als marktrelevanter Vorteil bei der Ermittlung der Nettokosten des Universaldienstes zu berücksichtigen.

Arbeitsrecht und Mindestlohn

Durch den noch immer hohen Anteil an Beamten und das hohe Lohn- und Gehaltsniveau sind die Personalkosten der Post AG gemessen am Branchenschnitt relativ hoch. Die Erfahrung insbesondere aus Deutschland zeigt, dass die Vorgabe eines „Mindestlohns“ zur Vernichtung von Arbeitsplätzen, zur Abschottung des Marktes und zur Sicherung der marktbeherrschenden Stellung des Universaldienstbetreibers führt.

Es gilt, auf Basis der vorhandenen arbeitsrechtlichen Vorgaben (Kollektivverträge) faire Rahmenbedingungen zu schaffen und auch die Post AG in diesem Bereich zu entlasten.

POSTMARKTÖFFNUNG 2011

Eckpunkte für einen fairen Postmarkt

Einleitung

Nachdem der europäische Liberalisierungsprozess auf den Postmärkten bereits im Jahr 1997 initiiert wurde, muss es spätestens am 1. Jänner 2011 zur vollständigen Öffnung aller Postmärkte kommen.

Die in Österreich bisher vorhandenen Rahmenbedingungen haben das Entstehen von Wettbewerb wirksam verhindert. Die wichtigsten Gründe dafür sind:

- das Fehlen des Zugangs zur postalischen Infrastruktur, insbesondere zu den Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen
- das Bestehen des Monopols der Post AG in wesentlichen Teilen des Marktes;
- das Fehlen einer unabhängigen Regulierungsbehörde mit entsprechenden Kompetenzen;
- das Fehlen einer wirksamen Wettbewerbsregulierung für den Postsektor;
- das Fehlen einer effektiven Preisregulierung der Post AG;
- die Vorteile der Post AG im Bereich der Umsatzsteuer.

Der Postmarkt heute

Der heute bestehende Monopolbereich für Briefe und adressierte Werbung bis 50 Gramm schließt einen großen Teil der Postmengen vom Wettbewerb aus. So sind rund 80% des Briefmarktes und 50% des Marktes für adressierte Werbung nach wie vor gesetzlich für die Post AG reserviert. De facto reicht die Monopolstellung der Post AG jedoch viel weiter. So verfügt die Post AG überall dort, wo noch Monopolbarrieren bestehen, über Marktanteile von bis zu 99%.

Die Post AG ist heute ein hochprofitables Unternehmen, das im Kernbereich der adressierten Zustellung von Briefen und adressierter Werbung Gewinnmargen von mehr als 20 % erwirtschaftet. Diese Gewinne sind vor allem auf massive Kostensenkungen zurückzuführen, die von der Post AG in Form kostenorientierter Preise an die Kunden weitergegeben werden müssten. Dies ist jedoch nicht der Fall, weil die behördliche Preisregulierung nicht im vorhergesehenen Umfang greift.

Anders als in der öffentlichen Diskussion dargestellt, ist der Universaldienst für die Post AG hochprofitabel. So erwirtschaftet die Post AG mehr als 85 % ihrer Gewinne mit Universaldienstleistungen. Mit den hohen Gewinnen aus dem Universaldienst erzeugt die Post AG so auch in den längst liberalisierten Märkten (z.B. Paket, unadressierte Zustellung) oder in benachbarten Märkten (Druck, Posteingangsdigitalisierung) wettbewerbsverzerrende Wirkungen.

Mit den Erträgen aus dem Monopolbereich dringt die Post AG in benachbarte Märkte wie die Werbemittelverteilung, die Produktion und der Druck von Postsendungen, die Posteingangsbearbeitung sowie das Adress-, Retouren- und Responsemanagement vor und besetzt so vom Monopolbereich aus alle Segmente der postalischen Wertschöpfungskette. Unternehmen werden akquiriert und als Billiganbieter etabliert, um so hohe Eintrittsschwellen für neu eintretende Unternehmen zu errichten.

Dies hat dazu geführt, dass alternative Anbieter bisher nur in jenen liberalisierten Marktsegmenten erfolgreich tätig werden konnten, in denen die Post AG entweder keine wettbewerbsfähige Dienstleistung anbietet (wie z.B. im Bereich der Frühzustellung von Tageszeitungen), oder wo es ihr nicht gelingt, ihre insgesamt marktbeherrschende Stellung auszuüben (wie etwa im internationalen Export-Postgeschäft oder im Paket- und Expressgeschäft).

Von der nationalen Ausgestaltung der Rahmenbedingungen wird es abhängen, ob es in Zukunft in Österreich auf allen Teilmärkten des Postsektors funktionierenden und fairen Wettbewerb gibt.

Eckpunkte und Forderungen

Marktöffnung allein schafft noch keinen Wettbewerb. Es ist daher wesentlich, dass zusätzlich zur Auflösung der Monopolbereiche diejenigen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die nachhaltigen Wettbewerb auf dem Postmarkt ermöglichen.

1. Zugang zu Hausbrieffachanlagen und weiteren Zustelleinrichtungen

Österreich ist das einzige „alte“ EU Mitglied, in dem alternative Postdienstleister bis heute rechtlich vom Zugang zu den Hausbrieffachanlagen ausgeschlossen sind¹.

Bleiben weite Teile dieser für die Postzustellung unverzichtbaren Einrichtungen über den 1.1.2011 hinaus für die alternativen Diensteanbieter unzugänglich, so kann von einer tatsächlichen Öffnung des Postmarktes überhaupt erst gar nicht gesprochen werden. Dieser immensen Bedeutung des Zugangs zu den Zustelleinrichtungen für die Marktöffnung trägt nicht zuletzt die 3. Postrichtlinie der EU vom 27.2.2008 (2008/6/EG) Rechnung, derzufolge die Mitgliedstaaten bei der Umsetzung der Richtlinie in ihr nationales Recht die Frage des Zugangs zu den wesentlichen Bestandteilen der postalischen Infrastruktur lösen müssen (Art. 11a der Richtlinie).

In Österreich gibt es etwa 4,02 Mio. Zustellpunkte, Stellen also, an denen Postsendungen abgegeben werden können. Bei ca. 1,8 Mio. oder 45 % davon handelt es sich um Einzelabgabestellen (Briefkästen bei Einfamilien- oder Reihenhäusern), die in der Regel bereits jetzt für alle Anbieter von Postdiensten zugänglich sind. Demgegenüber entfallen ca. 1,9 Mio. oder 47 % der Zustellpunkte auf Sammelabgabestellen in Mehrparteienhäusern (Hausbrieffächer). Rund die Hälfte der Hausbrieffächer, also ca. 0,95 Mio. ist mit einem Einwurfschlitzen ausgestattet und können daher auch von privaten Diensteanbietern genutzt werden. Die restlichen 0,95 Mio. sind derzeit nur für die Post AG zugänglich. Dasselbe gilt für die rund 0,3 Mio. Landabgabekästen, die demnach 7,5 % der Abgabestellen ausmachen. Die verbleibenden 0,5 % der Abgabestellen entfallen auf die Postfächer in den Filialen der Post AG (ca. 20.000), an welche ebenfalls nur die Post AG Zustellungen vornehmen kann. Nur die Post AG kann daher derzeit eine flächendeckende Zustellung von Briefen, adressierter Werbung oder auch Zeitungen (Tageszustellung in die Briefkästen) anbieten. Dies führt zu einem de facto Monopol der Post AG auch in Marktsegmenten außerhalb des reservierten Bereichs.

Das neue Postmarktgesetz muss daher sicherstellen, dass Mitbewerber der Post AG Zugang zu den Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen erhalten, indem allen zugelassenen Postdienstleistern gegen Entrichtung eines kostenorientierten Entgelts Schlüssel zu diesen Anlagen zur Verfügung gestellt werden, und zwar zumindest solange diese Abgabevorrichtungen nicht durch deren technische Ausgestaltung für alle Postdienstleister ohne Schlüssel zugänglich sind. Darüber hinaus sind klare und faire Regelungen für die möglichst rasche Umrüstung aller noch geschlossenen Hausbrieffachanlagen vorzusehen. Dem notorischen Einwand mangelnder Qualität der Zusteller alternativer Anbieter und der damit einhergehenden Gefährdung² wird ausreichend dadurch Rechnung getragen, dass entsprechende Qualitätsanforderungen für Postanbieter samt Kontrollsystem im Postmarktgesetz vorzusehen sind.

Wir fordern:

¹ Auch in den neuen Mitgliedstaaten scheint es diesbezüglich nur noch in PL und SK Probleme zu geben.

² ÖPAG gibt ihre Schlüssel an Subunternehmer aus der Gruppe (etwa FEIBRA) weiter, die sich nicht von alternativen Zustelldiensten unterscheiden.

Gleichstellung des Zugangs aller Postmarktteilnehmer zu den Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen durch Umrüstung bzw. Öffnung bis spätestens 31. 12. 2010

Sollte diese Umrüstung nicht bis zur Marktöffnung abgeschlossen werden können, so ist der gleichberechtigte Zugang bis zum Zeitpunkt der vollen Umrüstung durch eine Übergangslösung (z.B. Zurverfügungstellung eines Schlüssels gegen angemessenes Entgelt, organisiert und kontrolliert durch die Post-Regulierungsbehörde) sicherzustellen.

2. Universaldienst

Der Universaldienst ist das Mindestangebot an Postdienstleistungen, wodurch an jedem Werktag die Entgegennahme und Zustellung von bestimmten Postsendungen an jede im Bundesgebiet gelegene Wohn- oder Geschäftsadresse zu erschwinglichen Preisen und unter Einhaltung bestimmter Qualitätsvorgaben gewährleistet ist.

Je nach seiner konkreten Ausgestaltung sind mit dem Universaldienst daher bestimmte Anforderungen verbunden, nämlich

- an die Infrastruktur
 - Mindestangebot an Geschäftsstellen und Briefkästen (Zugangspunkte) hinsichtlich Anzahl, Öffnungs- bzw. Entleerungszeiten sowie Distanz vom Kunden
- an die Dienstleistung
 - Mindestanzahl an Zustelltagen pro Woche
 - Mindestbetriebszeiten (Öffnungszeiten Geschäftsstellen, Entleerzeiten Briefkästen)
 - Laufzeitvorgaben
- an die Preisgestaltung
 - Erschwinglichkeit der Tarife des Universaldienstes
 - Kostenorientierung der Tarife im Universaldienst
 - Einheitstarif / Preisband für bestimmte Sendungen (Einzelsendungs- und Kleinmengentarife)
-

Die Pflicht, diesen Universaldienst zu erbringen, muss solange einem oder mehreren dafür geeigneten Betreibern auferlegt werden, solange nicht der auf dem Markt bestehende Wettbewerb ohnehin dafür sorgt, dass allen Nutzern Postdienstleistungen im Ausmaß und in der Qualität des Universaldienstes zugänglich sind.

Erwachsen dem oder den verpflichteten Universaldienstbetreiber(n) aus der Erbringung des Universaldienstes Nettokosten, so sind ihm/ihnen diese Nettokosten dann und in dem Ausmaß zu ersetzen, wenn bzw. in dem sie unzumutbar sind. Dies wird der Fall sein, wenn die Nettokosten des Universaldienstes einen gewissen Anteil an den Gesamtkosten des/der Universaldienstbetreiber(s) und der oder die Universaldienstbetreiber im Bereich des Universaldienstes weniger als die Kosten plus einem angemessenen Gewinn erwirtschaften. Kosten für Leistungen, die der Universaldienstbetreiber auch erbringen würde, selbst wenn er dazu gar nicht verpflichtet wäre, sind keine Nettokosten des Universaldienstes. Es muss gewährleistet sein, dass, solange die Post im Universaldienst die jeweiligen Nettokosten und dazu einen angemessenen Gewinn erwirtschaftet, es zu keiner Kostenbelastung Dritter kommt.

Diese Nettokosten des Universaldienstes sollen dabei nach dem Fondsprinzip (abhängig von den Marktanteilen) aufgebracht werden. Dabei darf der Kostenersatz für die Marktteilnehmer aus Gründen der Verhältnismäßigkeit einen bestimmten Prozentsatz am Umsatz in diesem Bereich nicht überschreiten. Bestehende Anbieter in den bereits bisher geöffneten Teilmärkten sollen mit diesen Kosten nicht belasten werden.

Aufgrund der Rahmenbedingungen, die heute auf dem österreichischen Postmarkt vorherrschen bzw. des bisher mangelnden Wettbewerbs kann der Universaldienst derzeit nur von der Post AG erbracht werden. Dies gilt sowohl hinsichtlich des räumlichen Gebiets als auch der Arten von Postsendungen, für die der Universaldienst derzeit zu erbringen ist.

Wir fordern:

Universaldienst im bisherigen Ausmaß

Benennung der Post AG als Universaldienstbetrieber UND Ausschreibung des Universaldienstes durch die Postregulierungsbehörde (oder von Teilen des Universaldienstes), sobald andere Marktteilnehmer diesen hinreichend erbringen können

Berechnung der Universaldienst-Nettokosten und Prüfung, ob diese zumutbar sind, durch die Post-Regulierungsbehörde. Nettokosten sind dann nicht zumutbar, wenn der Universaldienstbetreiber im Universaldienstbereich weniger als einen angemessene Rentabilität von 5% erwirtschaftet. In diesem Fall hat der Universaldienstbetreiber einen Anspruch auf anteiligen Ersatz der Nettokosten. Die Vorteile aus der Bevorzugung der Post AG im Bereich der Umsatzsteuer sind, solange in diesem Bereich keine Gleichbehandlung herrscht, in die Nettokosten miteinzubeziehen.

Etwaige Nettokosten werden von allen Marktteilnehmern abhängig von den Umsätzen im bisher reservierten Postdienst finanziert

3. Zugang zum Postmarkt

Die Zulassung als Postdienstleister soll im neuen Postmarktgesetz wie schon bisher im Anmeldeverfahren erfolgen. Der Postdienstleister gibt bekannt, in welchem sachlichen und regionalen Bereich er tätig sein wird, die Postregulierungsbehörde führt eine Liste der angemeldeten Postdienstleister und ihrer Dienste und veröffentlicht diese.

Die Postregulierungsbehörde überwacht die Einhaltung der Qualitätsbestimmungen durch die Postdienstleister und ahndet allfällige Rechtsverletzungen.

Postdienstleister sind im neuen Postmarktgesetz, wie schon bisher, bestimmten Pflichten und Qualitätsanforderungen unterworfen.

Wir fordern:

Anmeldung der Postdienstleister wie im bisherigen Postrecht samt klaren Prüfungs- und Kontrollkompetenzen für die Post-Regulierungsbehörde

Verpflichtung aller Postdienstleister, in einen Ausgleichsfonds zur Finanzierung der Nettokosten einzuzahlen.

Verpflichtung der Postdienstleister, zur Finanzierung der Postregulierungsbehörde beitragen.

4. Effektive Preisregulierung – Starke Postregulierungsbehörde

Die Post AG ist als Monopolunternehmen und Universaldienstbetreiber bereits nach geltendem Recht einer Preisregulierung unterworfen. Tatsächlich ist die Preisregulierung jedoch so ungenügend ausgestaltet, dass sie nur geringe Auswirkungen auf Preisgestaltung und Konditionenpolitik der Post AG hat.

Weder werden im Universaldienstbereich, in dem eigentlich nur kostenorientierte Preise verlangt werden dürfen, Kostensenkungen von der Post AG an die Kunden weitergegeben noch ist derzeit gewährleistet, dass die Post AG ihre Sondertarife und Rabatte veröffentlicht und auf alle Kunden nichtdiskriminierend anwendet. So werden Nutzer vom Monopolisten unterschiedlich und nachteilig behandelt. Darüber hinaus verhindert die Post AG so das Entstehen des Geschäftsmodells der Konsolidierung.

Das neue Postmarktgesetz muss diesbezüglich die Kompetenzen der Postregulierungsbehörde stärken, Dritten Antrags- und Parteienrechte einräumen und Transparenz herstellen.

Das effektive Wirken der Postregulierungsbehörde ist für das Funktionieren des Wettbewerbs auf den Postmärkten essentiell. Die Unabhängigkeit der Postregulierungsbehörde ist dabei nur ein Aspekt der europäischen Post-Richtlinie und unabdingbare Voraussetzung für ihre Tätigkeit. Es gibt aber auch noch andere Aspekte, die eine überragende Bedeutung haben, nämlich das Mandat der Postregulierungsbehörde, ihre Kompetenzen und die Ressourcen, mit denen sie ihre Aufgabe erfüllt.

Seit 01.01.2008 ist die Telekom-Control-Kommission zwar mit einem eigens geschaffenen Senat auch als Postregulierungsbehörde tätig; ihre Unabhängigkeit ist aber in der Praxis nicht vollständig ausgebildet. Dazu kommt, dass die Postregulierungsbehörde bislang kaum über Kompetenzen zur sektorspezifischen Regulierung verfügt und ihr administrativer Apparat (die RTR-GmbH) nur sehr unzureichend mit Ressourcen ausgestattet ist.

Das neue Postmarktgesetz muss die Unabhängigkeit der Postregulierungsbehörde rechtlich und faktisch herstellen, ihr ausreichende Kompetenzen zur sektorspezifischen Regulierung einräumen (siehe unten) und durch die Art der Finanzierung für eine ordnungsgemäße Ausstattung der Behörde sorgen, damit diese ihre Kompetenzen auch tatsächlich wahrnehmen kann.

Die bisherigen Erfahrungen mit dem Postgesetz und seiner Anwendung zeigen, dass das geltende, nur rudimentär ausgeprägte Regulierungsregime nicht geeignet ist, eine Wettbewerbsöffnung auf den Postmärkten zu bewirken. Die bisherigen Erfahrungen zeigen auch, dass das allgemeine Wettbewerbsrecht und die Bundeswettbewerbsbehörde und das Kartellgericht nicht in der Lage sind, marktmissbräuchliche Verhaltensweisen des Monopolisten nachhaltig zu verhindern.

Die europäische Postrichtlinie ermöglicht die Beauftragung der Postregulierungsbehörde mit der Sicherstellung der Einhaltung der Wettbewerbsvorschriften im Postsektor (siehe Art 22). Das neue Postmarktgesetz muss von dieser Möglichkeit Gebrauch machen und eine nachträgliche (ex-post), weitreichende Missbrauchsaufsicht durch die Postregulierungsbehörde normieren, die nicht bloß die Unterlassung wettbewerbswidrigen Verhaltens sondern auch ein aktives Tun anordnen kann.

Ein wesentlicher Aspekt ist in diesem Zusammenhang die Verhinderung der wettbewerbschädigenden Praxis der Quersubventionierung der Wettbewerbsbereiche (Paket, Werbemittel) mit Gewinnen aus dem Monopolbereich (Brief, adressierte Werbung) durch die Post AG.

Wir fordern:

Genehmigung von Einzelsendungstarifen im Universaldienst durch die Post-Regulierungsbehörde

Transparenz und effektive Kontrolle von allen Tarifen und Rabatten im Universaldienst

Entsprechen die Tarife oder Rabatte der Post nicht den Vorgaben im Universaldienst, hat die Regulierungsbehörde die Entgelte für unwirksam zu erklären und bei Nichteinigung anzuwendenden Entgelte mit Bescheid festzulegen

Starke Kontroll-Kompetenzen und hinreichende Ressourcen für die Post-Regulierungsbehörde (im Ausmaß von zumindest 25% der Ressourcen der Telekommunikations-Regulierung)

Post-Regulierungsbehörde als sektorspezifische Wettbewerbsregulierungsbehörde (mit Aufsichtsrechten insbesondere zur Verhinderung der rechtswidrigen Ausnutzung der marktbeherrschenden Stellung oder von Quersubventionierung)

5. Kostenorientierter Zugang zur postalischen Infrastruktur

Im Interesse der Nutzer von Postdienstleistungen und zur Etablierung alternativer Geschäftsmodelle ist es erforderlich, dass die Mitbewerber der Post AG Zugang zu deren postalischer Infrastruktur erhalten. Die europäische Post-Richtlinie sieht dies ausdrücklich vor (siehe Art 11a), es bedarf aber national einer detaillierten Umsetzung.

Wir fordern:

*Zugang gegen kostenorientiertes Entgelt zu
Sortiereinrichtungen und Zustelleinrichtungen (Netz-Zugang)
Postfächern
Adressdatenbanken und Postleitzahl-System
Retouren (falsch adressierte oder zurückgestellte Sendungen;
Nachsendeaufträge)*

Regelung der Zugangsbedingungen im Falle der Nichteinigung durch die Postregulierungsbehörde

Nur über einen derart regulierten Netzzugang wird es den Alternativen möglich sein, den notwendigen Kundenstock aufzubauen, um mit dem gewonnenen Sendungsaufkommen nach und nach ein eigenes Zustellnetzwerk („Letzte Meile“) zu errichten. Letztlich muss es auch deshalb Ziel der Postmarktreform sein, Wettbewerb auf der „Letzten Meile“ zu ermöglichen und zu fördern, da davon positive Effekte für den Arbeitsmarkt zu erwarten sind.

6. Gleichbehandlung im Bereich Umsatzsteuer

Heute sind alle Postdienstleistungen der Post AG im Bereich des Universaldienstes unecht mehrwertsteuerbefreit. Diese Regelung führt dazu, dass die Post AG bei all jenen Versendern, die ebenfalls unecht steuerbefreit sind (dies sind: Bund, Länder, Gemeinden, Kammern, Sozialversicherungen, Finanzdienstleister, wohltätige und gemeinnützige Organisationen) oder die nicht zum Vorsteuerabzug berechtigt sind (Konsumenten), bevorzugt **ist**, insofern sie ihre Dienstleistung jedenfalls um 20 % günstiger anbieten kann als alternative Postdienstleister. Dieser Vorteil der Post AG bezieht sich mengenmäßig auf mehr als die Hälfte (!) aller Postsendungen.

Die europäische Kommission drängt seit dem Jahr 2003 unter Hinweis auf die damit verbundene signifikante Wettbewerbsbehinderung auf die Abschaffung der Mehrwertsteuerbefreiung der Monopolisten und die Gleichbehandlung aller Postdienstleister³. Der österreichische Gesetzgeber ist verpflichtet, eine entsprechend nichtdiskriminierende Regelung zu finden.

³ Vertragsverletzungsverfahren gegen UK und Deutschland sind anhängig, aber noch nicht entschieden.

Wir fordern

im Interesse der Vermeidung von Wettbewerbsverzerrung die Abschaffung der unechten Umsatzsteuerbefreiung der Post AG und im Interesse der Konsumenten die Einführung eines ermäßigten Steuersatzes von 10%.

Sollte diese Maßnahme bis 2011 aus rechtspolitischen Gründen nicht bis 2011 umgesetzt werden können, sind die der Post AG daraus erwachsenden Kosten- und Wettbewerbsvorteile bei der Berechnung der Nettokosten zu berücksichtigen

7. Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen

Die Post AG ist mit ihrem aktuellen Dienstrecht, dem überhöhten Gehaltsniveau und der mangelnden personellen Flexibilität in einem freien Markt nur eingeschränkt konkurrenzfähig. Faire Wettbewerbsbedingungen bedeuten, der Post AG konkurrenzfähige Personalkosten zu ermöglichen. Hier muss der Eigentümer bzw. der Staat eine Lösung finden, die das Unternehmen wettbewerbsfähiger macht.

Die Post AG und die alternativen Anbieter unterliegen bereits jetzt Kollektivverträgen auf Basis gesetzlicher Vorgaben (Poststrukturgesetz, WKÖ (Kollektivverträge im Bereich der Speditionen, Kleintransporteure) etc.). Die postnahen Tätigkeiten (insbesondere im Bereich Zustellung, Sortierung etc.) sollten im Rahmen dieser bestehenden Kollektivverträge Angleichung finden. Unabhängig davon muss man darauf achten, dass die gesetzlichen Bestimmungen eingehalten werden.

Keinesfalls darf es zu einem von der Post AG dominierten Post-Kollektivvertrag kommen. Das Beispiel Deutschland zeigt, dass eine solche Vorgangsweise nicht dazu dient, faire Arbeitsbedingungen zu schaffen sondern dazu, Wettbewerber vom Markt zu drängen und Arbeitsplätze zu vernichten (Deutschland: -50% Arbeitsplätze im Bereich der alternativen Anbieter nach Inkrafttreten des Mindestlohns 2008).

Wir fordern

Entlastung der Post AG um die Kostennachteile im Beamtenbereich

Beachtung und Kontrolle der bestehenden arbeitsrechtlichen Bestimmungen (Kollektivverträge etc.)

KEINEN von der Post AG bzw. von Lohn- und Gehaltsniveau der Post AG dominierten Post-Kollektivvertrag, der nach den bekannten Beispielen (z.B. Deutschland) Wettbewerb verhindert und Arbeitsplätze kostet!