

Teure Marke

Vor allem private Briefeschreiber dürften ab 2016 mehr für das Porto zahlen.

- Belastung steigt für Firmenkunden deutlich weniger.
- Mitbewerber und Politiker kritisieren die Pläne der Post.

**Christoph Schlautmann,
Klaus Stratmann**

Düsseldorf, Berlin

Die zum Jahreswechsel geplante Portoerhöhung der Deutschen Post ruft die Politik und die Konkurrenten des Konzerns auf den Plan. Politiker der Großen Koalition stellen infrage, dass die Portoerhöhung gerechtfertigt ist.

„Wir haben ein gewisses Verständnis angesichts der gestiegenen Kosten für die Aufrechterhaltung des Universaldienstes“, sagte SPD-Bundestagsabgeordneter Klaus Barthel dem Handelsblatt. Das vertrage sich allerdings nicht mit der Beob-

achtung und den Beschwerden vieler Kunden, „dass die Post immer neue Qualitätsverschlechterungen produziert, sei es bei der Sonntagslieferung von Briefkästen oder in der Zustellung, die nicht mehr an allen sechs Werktagen stattfindet“. Auch an steigende Personalkosten glaube er „nach dem Amoklauf gegen die eigenen Beschäftigten im Sommer kaum noch“. Die Portoerhöhung war am Mittwoch Thema im Wirtschaftsausschuss des Bundestages.

Die Wettbewerber der Post hegen ebenfalls erhebliche Zweifel an der Angemessenheit der geplanten Erhöhung des Briefportos von derzeit 62 Cent auf 70 Cent. Sie befürchten, durch die Entscheidung im Wettbewerb erheblich zurückgedrängt zu werden. „Die privaten Briefeschreiber werden zusätzlich das Geschäftskundengeschäft der Deutschen Post subventionieren“, erwartet Ekkehard Hahn, Geschäftsführer des unabhängigen

Poststellen-Dienstleisters Mail Professionals.

Für den Experten aus Frankfurt bedenklich: Allein im Geschäft mit Firmenkunden hatten Wettbewerber wie Postcon, Pin Mail, Citipost oder Mail Alliance bislang eine Chance, gegen die Deutsche Post zu

konkurrieren. Doch selbst diese Chance drohe nun durch die Portoumstellung verloren zu gehen.

Die neue Preistabelle der Deutschen Post, die dem Handelsblatt vorliegt, stützt die These Hahns. Danach gewährt der Dax-Konzern seinen Großkunden, falls sie ihre Briefe vorsortiert in die Briefzentren einliefern, einen zusätzlichen Rabatt von fünf Prozent auf den Standardbrief.

Da dieser schon heute zwischen 37 und 40 Prozent liegt, verteuert sich die Geschäftspost faktisch kaum. Je nach Einlieferungsstelle kosten Standardbriefe ab dem nächsten Jahr für Großkunden 38,5 bis 40,6 Cent - und damit 3,5 bis 3,9 Prozent mehr als in diesem Jahr.

Anders bei Privatkunden: Sie sollen ab 2016 für den Standardbrief 70 Cent zahlen und damit satte 12,9 Prozent mehr als heute. „Dem kleinen Mann wird damit mächtig in die Tasche gegriffen, um den Großkon-

zernen Billigpreise zu garantieren“, schimpft Walther Otremba, Vorsitzender des Bundesverbandes Briefdienste.

Selbst wenn der Standardbrief für Großkunden im gleichen Maße teurer würde wie für den privaten Absender, hätten die Unternehmen und Verbände kaum Zusatzkosten zu fürchten. Bei Postkunden aus der Automobilindustrie, hat Mail Professionals nach eigenem Datenmaterial errechnet, macht der Standardbrief nur 23,5 Prozent aller Sendungen aus, bei Verbänden 17 Prozent. Der restliche Versand sei weitgehend von der Portoerhöhung ausgenommen. „Große Geschäftskunden zahlen durch die geplante Portoerhöhung praktisch nichts obendrauf“, erklärte Postdienstleister Hahn.

Den Vorwurf der Quersubventionierung weist die Post dagegen weiterhin zurück. „Er ist völlig haltlos“, sagte ein Sprecher auf Anfrage. Bundesnetzagentur wie EU-Kommission hätten das bestätigt.

Wie dem auch sei: Das alles wird den Wettbewerb auf dem Postmarkt kaum in Schwung bringen. Anders als im Telekommunikationsgeschäft hat die Liberalisierung der Briefzustellung dem einstigen Monopolisten wenig geschadet. 90 Prozent der Zustellungen besorgt immer noch der ehemalige Staatskonzern, und selbst bei der Vorsortierung - im Fachjargon als „Konsolidierung“ bezeichnet - kommt der gelbe Riese aktuell auf 64,5 Prozent.

Die Weichen für die geplante Portoerhöhung hatte das Bundeswirtschaftsministerium bereits im Juni hinter verschlossenen Türen gestellt - durch eine schlichte Änderung der „Postentgelt-Regulierungsverordnung“. Sie setzt die Maßgrößen, nach denen die Post jährlich ihr Porto erhöhen darf - und orientierte sich bislang an der deutschen Inflation.

Etwa 0,4 Prozent Aufschlag wären danach zum Jahreswechsel möglich gewesen, hätte nicht das Ministerium die Regeln überarbeitet. Weil nun ein Preisvergleich mit anderen europäischen Postunternehmen als Maßstab gilt, darf das Briefporto, sollte die Bundesnetzagentur wie erwartet zustimmen, 2016 um fast 13 Prozent steigen.

Porto der Post
Preis für einen Standardbrief* in Euro

