

POSTFORUM

Informationsdienst Postregulierung
Februar 2012

Brüssel setzt auf E-Commerce ohne Grenzen

EU-Kommission legt Aktionsplan zur
Beseitigung von Hindernissen vor

Keine Frage: Der Online-Handel boomt, gerade erst hat es das Weihnachtsgeschäft mit zweistelligen Zuwachsraten gezeigt. Doch schaut man genauer hin, ist vom Europa der offenen Grenzen in diesem Handelssektor noch nicht viel zu spüren. Die Kunden kaufen lieber bei nationalen Anbietern oder den nationalen Ablegern internationaler Versandunternehmen. Um das zu ändern, hat Brüssel jetzt eine Untersuchung über die Hintergründe und zugleich einen Aktionsplan vorgelegt.

Das ehrgeizige Ziel ist es, den Anteil des E-Commerce von 3,4 Prozent am Einzelhandelsumsatz bis 2015 zu verdoppeln. Dafür haben sich Michel Barnier, Kommissar für den Binnenmarkt, Neelie Kroes, Vizepräsidentin der Europäischen Kommission, >

INTERVIEW MIT WERNER STENGG, EU-KOMMISSION S. 3

URTEIL BESTÄTIGT STAATSFERNE DER POST S. 4

BUNDESNETZAGENTUR WÜNSCHT SICH MEHR RECHTE S. 5



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

nicht das erste Mal gibt es Anlass, an dieser Stelle Beihilfeentscheidungen der Europäischen Kommission zu kommentieren, bei denen direkt oder indirekt die Deutsche Post betroffen ist. Ob es um öffentliche Mittel für den Ausbau des Flughafens Leipzig-Halle geht oder um den Ausgleich dafür, dass das Unternehmen nach wie vor beamtete Postler aus den Zeiten der Deutschen Bundespost beschäftigt. Dieses Thema hatte Brüssel schon einmal, nämlich 2002 auf Initiative eines Konkurrenzunternehmens aufgegriffen, war aber im September 2010 letztinstanzlich gescheitert. Der Bundesfinanzminister musste die Rückzahlungen der Post wieder an diese zurücküberweisen – mit Zins und Zinseszins. Als dies abzusehen war, hat 2007 die Kommission einen weiteren Versuch gestartet, der jetzt zu einer Entscheidung geführt hat, nach der die Post 500 Millionen bis zu einer Milliarde Euro angebliche „rechtswidrige Beihilfen“ an den Bundesfinanzminister zurückzahlen muss.

Die Deutsche Post hat die einstigen Beamten gerne übernommen und sie haben sich bewährt und in ein Wettbewerbsumfeld integriert. Es ist keineswegs ein Zwei-Klassen-Beschäftigtensystem entstanden. Wohl aber haben sich die Pensionsverpflichtungen, ähnlich wie bei Bahn und Telekom, als erheblicher Kostenfaktor erwiesen. Weil das jeder wusste, hat der Bund teils Ausgleichszahlungen gewährt und zum anderen Teil bei der Genehmigung der Briefpreise ab 2002 diesen Faktor berücksichtigt. Jetzt soll die Post nun also für diese Entscheidung der Politik „Strafe“ zahlen. Die Deutsche Post ist fest davon überzeugt, dass die neuerliche Entscheidung der rechtlichen Überprüfung nicht stand hält und wird dagegen klagen. Dieses Vorgehen ist mit der Bundesregierung, die ja schließlich auch Opfer dieser Spruchpraxis ist, abgestimmt. Vieles spricht dafür, dass die Klage Erfolg haben wird, zumal es letztlich auch um Gleichbehandlung geht. Denn die EU-Kommission hat in ähnlichen Fällen gegenüber der italienischen und der französischen Post auf Nachforderungen verzichtet. In diesen Fällen ging es um Strukturhilfen, damit die einstige Staatspost für den Markt fit gemacht werden konnte. Solche Hilfen hat die Deutsche Post nicht einmal verlangt.

Es bleibt, wie immer die Sache ausgeht, eine erfreuliche Perspektive: Weitere Beihilfeverfahren sind nicht mehr anhängig.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr



Walter Maschke

Leiter des Zentralbereichs Regulierungsmanagement Konzern

IMPRESSUM

Herausgeber Deutsche Post AG, Zentrale, Regulierungsmanagement Konzern, 53250 Bonn

Verantwortlich für den Inhalt Walter Maschke

Redaktion Alexander Rometsch-Steinmann

Fotos Deutsche Post, Bundeswirtschaftsministerium, Bundesnetzagentur, Museum für Kommunikation, privat

Das Postforum erscheint auch monatlich auf der Homepage von Deutsche Post DHL: www.dp-dhl.de/postforum

Bestellungen und Anfragen richten Sie bitte an die Redaktion.

Postforum wird CO₂-neutral gedruckt auf 100% Recyclingpapier. Das Papier trägt das Umweltzeichen „Blauer Engel“.

zuständig für die Digitale Agenda, und John Dalli, Kommissar für Verbraucherschutz verbündet. Am 11. Januar verkündeten sie: „Der Aktionsplan wird Bürgern und Unternehmen neue Chancen eröffnen und Europa zu dem so dringend benötigten Wirtschaftswachstum und Beschäftigungswachstum verhelfen. Sein Ziel ist die Beseitigung sämtlicher Hemmnisse, die die Entwicklung der europäischen Internetwirtschaft bislang gebremst haben.“

Eine gleichzeitig vorgelegte umfangreiche Studie von FTI Consulting aus London zeigt zahlreiche Hindernisse aus Sicht der Verbraucher wie der Unternehmen auf. Eine Schlussfolgerung der Kommission: „Was die Lieferung von Online-Bestellungen angeht, müssen die Verbraucher darauf vertrauen können, dass sie die von ihnen bestellte Sendung problemlos, zu einem vernünftigen Preis, ohne übermäßige Wartezeit und in einwandfreiem Zustand erhalten.“ Für ein Unternehmen wie Deutsche Post DHL, das in allen wichtigen Ländern vertreten und damit für die grenzüberschreitende Logistik bestens gerüstet ist, ist diese Kernforderung – was ihren Teil als Versanddienstleister angeht – längst eine Selbstverständlichkeit. Auch mit der Forderung, dass die Zustelldienste „selbst in ländlichen oder abgelegenen Gebieten“ effizient und erschwinglich sein sollten, rennt die Kommission – jedenfalls bei Deutsche Post DHL – offene Türen ein. Auch von der Ankündigung, dass schon bald jedes Paket in Deutschland am nächsten Tag seinen Empfänger erreicht, profitiert der grenzüberschreitende Versand.

Die angekündigten Maßnahmen der Kommission zielen vor allem auf die Zuverlässigkeit der Anbieter und vertrauenswürdige Zahlungssysteme. Von der europaweiten Einführung des SEPA-Systems bei Lastschriften verspricht man sich einen Durchbruch. Verbraucherschutz steht oben an, schwarzen Schafen bei den Anbietern soll Einhalt geboten werden. Was gehandelt wird, muss legal sein, Diskriminierung soll ausgeschlossen werden. Mehr Verbraucherschutz ohne zusätzliche Hindernisse für den Onlinehandel verspricht Brüssel. Auch die Mitgliedstaaten sollen mehr tun, um gerade die kleinen und mittleren Unternehmen für die Chancen des grenzüberschreitenden Onlinehandels zu sensibilisieren.

Alles in allem sind die Perspektiven optimistisch. Die Kommissare sind überzeugt, dass nach den Erfahrungen der Vorreiter Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Schweden Online-Dienste bis 2015 mit mehr als 20 Prozent zum Wirtschaftswachstum beitragen können. Und auch zum Beschäftigungswachstum, schafft doch die Internet-Wirtschaft für jeden Arbeitsplatz, den sie vernichtet, 2,6 neue Jobs. Und die Versorgung ländlicher, entlegener Gebiete ist ohne Online-Versandhandel bald nicht mehr denkbar.

Hier knüpft auch die Ankündigung der Kommission an, als eine von 16 Maßnahmen im Rahmen ihres Aktionsplans ein Grünbuch zu Paketdienstleistungen vorzulegen. Untersucht werden soll dabei auch die Paketzustellung – v. a. die grenzübergreifende Zustellung –, um Lösungen für die von Unternehmen und Verbrauchern festgestellten Probleme zu ermitteln. Ende des Jahres will die Kommission die von ihr beabsichtigten Maßnahmen verkünden. Die Deutsche Post will darauf nicht warten, sondern ergreift selbst die Initiative: Beim Delphi-Dialog geht es am 9. Februar in Berlin um das Thema „Per Shopping-Click zum Konsumentenglück? Wie das Internet unsere Einkaufsgewohnheiten verändert.“ ■

„Hohe Qualität zu tragbaren Preisen“

Interview mit Werner Stengg,
Generaldirektion Binnenmarkt der EU



Werner Stengg ist seit April 2011 Leiter des Referats Online- und Postdienste in der Generaldirektion Binnenmarkt und Dienstleistungen der Europäischen Kommission. Der Österreicher wurde 1968 in Friesach geboren und begann 1996 nach Studium (Doktorat) und Assistenz an der Wirtschaftsuniversität Wien seine Laufbahn bei der EU. Er war zunächst im Generalsekretariat des Ministerrats und dann in verschiedenen Generaldirektionen, ab 2006 bei der Generaldirektion Binnenmarkt und Dienstleistungen zuerst Referatsleiter für Folgenabschätzung, Evaluierung und Ökonomische Analyse.

In fast allen EU-Staaten sind die Postmärkte geöffnet, 2013 fallen die letzten Barrieren. Ist für die Kommission damit das Thema Postpolitik abgeschlossen oder verfolgt sie bereits weitere Ziele auf diesem Sektor?

Das Thema Postpolitik kann aus unserer Sicht nie „abgeschlossen“ sein, weil die große Bedeutung dieses Sektors für die Bevölkerung und die Wirtschaft kontinuierliche Beobachtung erfordert. Wir müssen auch sicherstellen, dass tatsächlich alle ungerechtfertigten Barrieren fallen, da es im Postbereich – wie auch in jedem anderen Wirtschaftsbereich! – immer wieder Bestrebungen gibt, neue Barrieren zu errichten. Wir streben nach wie vor nach einem effizienten Postsektor,

Keine neuen Barrieren errichten

der im Rahmen des flächendeckenden

Universaldienstes, aber auch im allgemeinen Wirtschaftsgeschehen, hohe Qualität zu tragbaren Preisen zu erbringen vermag.

Der E-Commerce erlebt in den EU-Staaten einen Boom. Ist es da noch notwendig und sinnvoll, aus Brüssel diesen Markt zu fördern?

Unbedingt. In vielen EU-Staaten ist tatsächlich ein solcher Boom zu vermerken, welcher sich erfreulicherweise vom negativen Trend der Gesamtwirtschaft entkoppelt und dringend benötigtes Wachstum und Beschäftigung bringt. Der grenzüberschreitende E-Commerce wächst nur marginal, was auf verschiedenste Ursachen zurückzuführen ist.

Es ist erklärtes Ziel der Kommission, dass 2015 mindestens 20 Prozent der Bevölkerung grenzüberschreitende Online-Einkäufe tätigen. Davon scheint man noch weit entfernt. Fehlt es den Kunden an Sicherheit und Vertrauen oder ist es schlicht so, dass sie gar nicht so sehr daran interessiert sind, sich nach Angeboten aus anderen EU-Staaten umzusehen?

Es wird immer Kunden geben, die lokale Präferenzen haben, oder ganz allgemein den traditionellen Offline-Kauf bevorzugen. Fakt ist aber auch, dass viele Kunden grundsätzlich an grenzüberschreitenden Angeboten interessiert wären, aber nicht ausreichend Vertrauen haben, eine „Fernbeziehung“ zu einem unbekanntem virtuellen Verkäufer einzugehen. Dieses Vertrauensdefizit gilt es abzubauen.

Was sind die drei größten Hindernisse für ein Wachstum beim E-Commerce?

Aus Kundensicht werden häufig Bedenken zu Zahlungsmodalitäten geäußert, gefolgt von der Sorge, dass eventuell auftretende Probleme (z. B. die Lieferung

Mangelnde Harmonisierung

falscher oder defekter Produkte) auf Distanz nur schwer zu lösen sind. Das Problem der Zustellung (z. B. hohe Kosten, lange Dauer) wird insbesondere von Kunden erwähnt, die Waren aus anderen EU-Staaten kaufen möchten. Verkäufer, die gerne ins grenzüberschreitende Geschäft einsteigen würden, beklagen sich vor allem über den mangelnden Grad der Harmonisierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. Verbraucherschutz, Mehrwertsteuer, etc.).

Gelegentlich ist zu hören, dass die Paketpreise für das geringe Wachstum beim grenzüberschreitenden E-Commerce verantwortlich seien. Steht diese Einschätzung nicht im Gegensatz zu Berichten verschiedener Regulierungsbehörden und Postunternehmen, die davon sprechen, dass das grenzüberschreitende Paketgeschäft im Vergleich zum Inlandsgeschäft besonders hohe Wachstumsraten aufweist?

Probleme mit Paketpreisen

Hohe Paketpreise stellen vor allem

für jene Akteure ein Problem dar, die nicht jene Volumina erreichen, die es ihnen erlauben würden, spezielle Konditionen mit Postunternehmen auszuhandeln. Das sind also vor allem Privatkunden (die etwa an Online-Auktionen teilnehmen), sowie KMU, die nur in geringen Mengen in andere EU-Staaten liefern.

Die Bereiche Postdienste und Elektronischer Geschäftsverkehr sind in der Verwaltung der Europäischen Kommission in Ihrem Referat zusammengefasst worden. Welches Zwischenfazit können Sie nach einem Dreivierteljahr ziehen?

Ein äußerst positives. Die erhofften Synergien haben sich eingestellt, sowohl innerhalb meiner Abteilung, als auch in unseren Kontakten mit der Außenwelt. Für Postunternehmen ist E-Commerce einer der wenigen Wachstumsmärkte, und E-Commerce kann ohne effiziente und flexible Lieferdienste nicht durchstarten. Wir arbeiten nicht zuletzt an dieser Schnittstelle. ■



Die Post wird nicht vom Staat beherrscht

BGH-Urteil zu „Einkauf aktuell“

Der jahrelange juristische Streit um das Werbeblatt ‚Einkauf aktuell‘, das von der Deutschen Post hergestellt und verteilt wird, hat jetzt ein höchstrichterliches Ende gefunden. Die Deutsche Post darf nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs ihr Gratis-Blatt weiterhin mit redaktionellen Inhalten versehen. Verlegerverbände hatten sich auf das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb gestützt und durch die Instanzen geklagt. Die Verleger hatten das rechtliche Gebot der Staatsferne der Presse angeführt und darauf verwiesen, dass die staatliche Förderbank KfW einen Anteil von 30,5 Prozent an der Deutschen Post hält. Damit sei das Unternehmen immer noch staatlich beherrscht. Aus dem aus der Meinungsfreiheit des Grundgesetzes hergeleiteten Gebot der Staatsferne ergebe sich, dass sich der Staat weder selbst noch über eine von ihm beherrschte Gesellschaft als Presseunternehmen betätigen dürfe. Doch das ließen die Karlsruher Richter nicht gelten: Der KfW-Stimmanteil genüge nicht, um von einer Beherrschung der Post durch den Bund auszugehen, heißt es in ihrem Urteil. Dafür sprächen mehrere Indizien wie zum Beispiel der Anteil der sonstigen Aktionäre auf den Hauptversammlungen. Die KfW verfüge damit nämlich nicht über die faktische Stimmenmehrheit. Die wöchentliche Wurfsonde darf nun weiterhin neben dem Fernsehprogramm auch redaktionelle Beiträge enthalten. ■

Tarifeinigung

Die rund 130.000 Tarifbeschäftigten bei der Deutschen Post AG erhalten ab 1. April 2012 vier Prozent mehr Lohn. Darauf haben sich das Unternehmen und die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di geeinigt. Schon zuvor hatten sich die Tarifpartner zusätzlich auf eine Brutto-Einmalzahlung in 2012 von 400 Euro für vollbeschäftigte Tarifmitarbeiter und von 230 Euro für die Beamten verständigt. Teil des Tarifpakets ist der neu geschaffene Demografiefonds, den das Unternehmen als eine Säule seines zukünftigen Modells für altersgerechte Arbeit aufbaut. Für Auszubildende bei der Deutschen Post AG erhöht sich die monatliche Vergütung ab dem 1. Januar 2012 um 50 Euro. Die Tarifeinigung hat eine Laufzeit bis zum 31. März 2013. ■

Post darf „Postident“ verweigern

Die Deutsche Post kann 1&1 das Postident-Verfahren zur Identitätsfeststellung von Personen verweigern. Das entschied das Oberlandesgericht Düsseldorf. Damit sind die Konkurrenten des E-Postbriefs juristisch gescheitert. Der Internetdienstleister 1&1 hatte für die Anbieter von De-Mail-Produkten eingefordert, die Post müsse ihr Verfahren auch anderen zur Verfügung stellen. Die Post wiederum vertrat die Auffassung, dass sie Konkurrenten nicht die Tür öffnen müsse. Das Landgericht Köln hatte das anders gesehen und im März 2011 entschieden, dass die Deutsche Post hier ihre Marktstellung als „Anbieter von Identifizierungsleistungen nach dem De-Mail-Gesetz“ missbräuchlich nutze. Die Deutsche Post ging in Berufung, und der 1. Kartellsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf entschied nun zu ihren Gunsten. Sie habe nicht kartellrechtswidrig gehandelt. Den Konkurrenten sei es möglich, die Identifizierungsservice anderer Dienstleister zu nutzen. Die Entscheidung wurde nicht zur Revision zugelassen. ■

PERSONALIA



Jochen Homann ist vom Beirat der Bundesnetzagentur zum neuen Präsidenten der Bundesnetzagentur vorgeschlagen

worden. Seine Amtszeit beginnt nach der Bestätigung durch den Bundeswirtschaftsminister, dessen beamteter Staatssekretär er zuletzt war, am 1. März 2012. Homanns Karriere begann 1982 im Bundeswirtschaftsministerium, zwischenzeitlich war er zehn Jahre in der Wirtschaftsabteilung des Bundeskanzleramts. Neuer Stellvertreter wird Peter Franke aus dem NRW-Wirtschaftsministerium.



Als erste Frau wird **Angela Titzrath** in diesem Jahr in den Vorstand der Deutschen Post AG einziehen. Die 45-jährige ist bisher Mitglied der Geschäftsführung der Daimler-Tochter Evo-Bus GmbH. Die Wirtschaftswissenschaftlerin



wird zu einem zunächst noch offenen Zeitpunkt die Nachfolge von **Walter Scheurle** als Personalvorstand und Arbeitsdirektor antreten. Der einstige Postgewerkschaftler, der als Postjungbote begonnen hatte, wird in diesem Jahr 60 Jahre alt und, nachdem er 12 Jahre erfolgreich im Vorstand des Konzerns gearbeitet hat, auf eigenen Wunsch in den Ruhestand gehen. Der Aufsichtsrat beschloss außerdem, den Vertrag für Konzernchef Frank Appel bis zum 31. Oktober 2017 zu verlängern.



Regulierer wünscht sich noch mehr Einfluss

Bundesnetzagentur legt „Tätigkeitsbericht Post“ vor – Auch Monopolkommission ist unzufrieden

Seit es die Bonner Regulierungsbehörde gibt, legt sie alle zwei Jahre einen „Tätigkeitsbericht Post“ vor. Der scheidende Präsident der Bundesnetzagentur, Matthias Kurth (Foto), veröffentlichte seinen letzten Bericht kurz vor Jahresende 2011. Sein Vorwort beginnt mit dem Satz: „Die Gesamtentwicklung auf den Postmärkten ist in den letzten beiden Jahren insgesamt positiv verlaufen.“ Aber wie nicht anders zu erwarten, lässt er das nicht für alle Bereiche gelten. Kurth: „Die Marktentwicklung im Briefbereich zeigt aber auch, dass angesichts des überschaubaren Marktanteils der Wettbewerber eine wettbewerbsfördernde Regulierung erforderlich bleibt.“

Dieser Tenor prägt den gesamten Bericht. Einerseits würdigt er, dass sowohl im Briefbereich als auch auf dem Paketmarkt die krisenbedingten Rückgänge bei den Sendungsmengen und Umsätzen aufgehalten werden konnten. Andererseits beklagt er, im Briefmarkt habe sich „die zuvor teilweise durchaus dynamische Entwicklung im Berichtszeitraum nicht fortgesetzt.“ Während der Gesamtmarkt von 9,6 Mrd. Euro in 2008 auf 9,0 Mrd. Euro in 2010 abgenommen habe, hätten die Wettbewerber ihren Marktanteil umsatzbezogen von 8,5 Prozent in 2008 auf 10,4 Prozent in 2010 deutlich steigern können.

Nach Auffassung der Deutschen Post ist der Marktanteil der Wettbewerber tatsächlich deutlich höher. Um zu einer realistischen

Einschätzung zu gelangen muss man – anders als die Bundesnetzagentur es tut – sowohl den End-to-End-Wettbewerb als auch den auf Teilleistungen bezogenen Konsolidierungswettbewerb betrachten. Dabei ergibt sich, dass bei 40 Prozent der Briefsendungen von Geschäftskunden die Schnittstelle zum Absender nicht mehr bei der Deutschen Post liegt. Auf den Punkt gebracht: Der Wettbewerb hat inzwischen de facto einen Marktanteil von 40 Prozent im Geschäftskundenmarkt für Briefe. Die Privatkunden sind für die Wettbewerber hingegen kaum von Interesse. Um sie kümmert sich nach wie vor nahezu ausschließlich die Deutsche Post mit flächendeckenden und hochwertigen Leistungen. Kurth fordert die Wettbewerber erneut auf, ihre Chancen aktiv zu nutzen – die Bundesnetzagentur jedenfalls habe durch ihre Entscheidungen für bessere Wettbewerbsbedingungen im Postmarkt gesorgt.

In seinem Resümee setzt der Bericht erneut auf wachsende Aktivitäten von Konsolidierern, die Sendungen bei ihren Kunden abholen, vorsortieren und bei der Deutschen Post zur Zustellung einliefern. Bei stagnierenden Sendungsmengen könne man immer weniger erwarten, dass die Wettbewerber selbst komplette Netze aufbauen könnten. Hier sieht die Bundesnetzagentur ihre Aufgabe: „Die (weitere) Gestaltung der Einlieferungsbedingungen und

Konsolidierungswettbewerb spielt immer größere Rolle

der Teilleistungsrabatte und die Eingriffsbefugnisse der Bundesnetzagentur stellen eine wesentliche Stellschraube für die künftige Entwicklung der Marktstruktur und das Wettbewerbsmodell im Briefmarkt dar.“ Diese Aussage ist für die Deutsche Post nicht nachvollziehbar, denn die Behörde hat in den letzten Jahren die Rabatte und Einlieferungsbedingungen für Teilleistungen mehrfach geprüft. Andererseits verteidigt die Behörde ihre letzten Entgelt-Entscheidungen im Price-Cap-Verfahren gegen die Kritik der Wettbewerber. Man habe bei der Deutschen Post keine unzulässige Quersubventionierung feststellen können.

Vier Jahre nach der vollständigen Marktöffnung verlangt die Behörde nicht weniger sondern mehr Regulierung, so zum Beispiel die Wiedereinführung einer Ex-ante-Regulierung bei Teilleistungsprodukten. Der Bericht erneuert damit bekannte Forderungen für eine Novellierung des Postgesetzes, namentlich nach einer „Stärkung der Amtsermittlungsbefugnisse“. Nach Auffassung der Deutschen Post sind zusätzliche Eingriffsbefugnisse für die Bundesnetzagentur überflüssig. Das Postgesetz hat sich in seiner heutigen Fassung bewährt. Es enthält alle notwendigen Instrumente, um die Ziele der Regulierung zu erreichen.

In Hinsicht auf eine Novellierung des Postgesetzes deckt sich der Bericht im Wesentlichen mit einem zeitgleich vorgelegten Sondergutachten der Monopolkommission. Dieses Beratungsgremium der Bundesregierung fordert zudem eine Änderung der gerade erst vom Bundestag beschlossenen Mehrwertsteuer-Regelungen. Umsatzsteuerbefreiung müsse es auch für Teilbereiche des Universaldienstes geben. Außerdem solle sich die Bundesregierung in Brüssel für eine Abschaffung der Mehrwertsteuerbefreiung in der EU-Mehrwertsteuerrichtlinie einsetzen. Zudem ergreift die Monopolkommission erneut gegen die Einführung von Mindestlöhnen Partei. ■

KURZ NOTIERT

Lob für Post-Zahlungsservice. Die Generaldirektion Binnenmarkt der EU-Kommission hat in ihrem aktuellen Sachstandsbericht zur Umstellung auf den neuen europäischen Zahlungsstandard SEPA (Single Euro Payments Area) den Renten Service der Deutschen Post lobend hervorgehoben. Konkret wird der rasante Zuwachs an SEPA-Zahlungen in Deutschland und die Rolle des Renten Service als Vorreiter bei der Umstellung von Zahlungen der öffentlichen Hand besonders erwähnt.

US-Post setzt auf „slow“. Der US Postal Service hat bei der Regulierungsbehörde den Verzicht auf die Zusage beantragt, Briefe am nächsten Tag zuzustellen. Bisher bedeutet die Zusage, dass Briefe am nächsten, in entlegenen Gebieten spätestens nach drei Tagen den Empfänger erreichen müssen. Würde man auf zwei bis drei Tage gehen, könnte man 252 von 461 Briefzentren schließen und damit 2,1 Milliarden Dollar einsparen. Das würde allerdings auch 35.000 Jobs kosten.

Britische Post macht Gewinn. Die Royal Mail scheint aus dem Größten heraus und macht wieder ordentlich Gewinn. Das teilte das Unternehmen mit. Trotz des erneut um sechs Prozent geschrumpften Briefgeschäfts konnte dank des guten Umsatzes in den Filialen und der Auslandaktivitäten des Paketdienstleisters GLS ein Gewinn von 67 Millionen Pfund erzielt werden. Ein Börsengang 2013 scheint nun möglich.

DHL steigerte Weihnachtsgeschäft. DHL hat im Weihnachtsgeschäft 2011 rund 17 Prozent mehr Pakete befördert als ein Jahr zuvor und an den Tagen vor Weihnachten bis zu 6 Millionen Sendungen zugestellt. Diese Steigerung verlief auffallend parallel zur Zunahme der Online-Bestellungen (plus 15 Prozent).

ZAHL DES MONATS

300.000

Rund 300.000 Briefe erreichten bis zum Heiligabend 2011 den Weihnachtsmann im Weihnachtspostamt Himmelport an der Oberhavel – geschrieben von Kindern aus 86 Ländern. Das waren fast noch einmal rund 20.000 Briefe mehr als ein Jahr zuvor.



Am liebsten Briefe stempeln

Das Kommunikationsmuseum erinnert an die Kinderpost

Kaufläden, Puppenstuben, Dampfmaschinen, Carrera-Bahnen: Kinder haben schon immer ihre Zukunftsträume im kleinen Maßstab ausprobiert und dabei gelernt. Was schon vor mehr als 100 Jahren nicht fehlen durfte, war die „Kinderpost“. Das Museum für Kommunikation in Berlin erinnert derzeit in einer Ausstellung daran.

Schon Mitte des 19. Jahrhunderts hatte sich zunächst in bürgerlichen Kreisen die Erkenntnis durchgesetzt, dass man mit in Pappe oder Holz nachgebauten Alltagssituationen die Kinder auf den Ernst des Lebens vorbereiten könnte. Der Kaufladen war der Klassiker, aber auch die Variante Kinderpostamt kam bald in Mode, vor allem Anfang des 20. Jahrhunderts. Die Kinderpost stellte den Kindern ein Stück Erwachsenenwelt als geordneten, überschaubaren Spielkosmos zur Verfügung.

Die noch bis zum 19. Februar geöffnete Ausstellung im einstigen Reichspostmuseum an der Leipziger Straße führt auf unterhaltsame Weise diese enge Verknüpfung zwischen Realität und kindlicher Spielwelt vor Augen. Rund 70 Kinderpostspiele und eine große Auswahl kultur- und sozialhistorischer Kinderpost-Objekte vom ausgehenden 19. Jahrhundert bis zur Gegenwart zeugen von der Hingabe, mit der sich Kinder dem Post-Spiel widmen. Neben einem Original-Kinderpostschalter aus dem Jahr 1900 sind unter anderem ein seinerzeit tatsächlich ins Kanzleramt beförderter Kinderpostbrief an Konrad Adenauer sowie Kinderbriefmarken aus der Nazizeit zu sehen, denn die Kinderpost war immer ein Spiegel ihrer Zeit. Der Postschalter zieht sich – im Groß- und im Kleinformat – dabei wie ein roter Faden durch die Schau und lädt kleine und große Besucher, Familien wie Schulklassen zum Mitspielen ein. Und was schon immer bei der Kinderpost ein ganz wichtiger „Hoheitsakt“ war: Es kann nach Herzenslust gestempelt werden. ■