

**Postmarkt 2011.** Rechtliche und wirtschaftliche Auswirkungen des Postmarktgesetzes in Österreich.

# Monopolisiert, liberalisiert und wohl behütet

Mit der Umsetzung der EU-Richtlinie durch das Ende 2009 beschlossene Postmarktgesetz werden die Karten neu gemischt: ab 2011 ist der österreichische Postmarkt liberalisiert und dem Wettbewerb geöffnet. Neue Herausforderungen und neue Chancen bestimmen den künftigen Markt.

Wird die Liberalisierung eine Erfolgsstory wie im Telekom-Sektor? Oder bedeutet Liberalisierung diesmal etwas anderes? Und was wird wirklich neu am Postmarkt Österreich?

**Konzessions- und Anzeigepflicht.** Es soll ein für jedermann offener Wettbewerbsmarkt mit einem System aus Konzessions- und Anzeigepflicht entstehen. Künftige gewerbliche Anbieter der Beförderung von Briefsendungen bis 50g für Dritte benötigen eine Konzession und haben die Arbeitsbedingungen und Entlohnung gemäß dem jeweils geltenden Kollektivvertrag einzuhalten. Automatisch als Konzessionär gilt der Erbringer des Universaldienstes (siehe unten), also die per Gesetz für mindestens 5 Jahre beauftragte Post AG. Ausdrücklich konzessionsfrei sind grenzüberschreitende abgehende Sendungen, Kurierdienste und Direktwerbung; die Erbringung von Postdiensten ist grundsätzlich anzeigepflichtig.

**Grundversorgungs-Verschuldung.** 1650 Post-Geschäftsstellen (ca 150 mehr als bisher) sollen die flächendeckende Versorgung garantieren,

es gilt je nach Lage eine Distanz von 2.000 m bis 10.000 m als ausreichendes Angebot. Maximal 10% davon dürfen weniger als die vorgeschriebenen Öffnungszeiten oder Dienstleistungsangebote erbringen. Ein Schließen ohne Ersatzlösung ist unzulässig, das Schließungsverfahren wird von der Regulierungsbehörde überwacht, sie kann Schließungsanträge untersagen.

## Universaldienst.

Als Universaldienst wird die flächendeckende Erbringung eines Mindestangebotes zu erschwinglichen Preisen definiert. Er umfasst Abholung, Sortierung, Transport und Zustellung von Postsendungen bis 2kg sowie von Paketen bis 10kg, außerdem Dienste für Einschreib- und Wertsendungen. Sendungen, die im Universaldienst erbracht werden, unterliegen nicht der Mehrwertsteuerpflicht. Mit der Erbringung des Universaldienstes ist ex lege die Post AG für vorerst 5 Jahre betraut, danach kann im Rahmen einer Evaluierung durch die Regulierungsbehörde über die weitere Beauftragung oder Ausschreibung entschieden werden. Die anfallenden Kosten sind zu ermitteln und im Rahmen eines Verfahrens vor der Regulierungsbehörde aus den Mitteln des Universaldienstfonds auszugleichen.

Zum Fonds haben alle konzessionsierten Erbringer von Postdiensten mit einem Jahresumsatz von über 1 Million Euro gemäß ihrem Marktanteil beizutragen. Die Post AG als Universaldienstbetreiber vertritt die Republik beim Weltpostverein (und setzt damit weiterhin die Regeln) und ist allein zur Herausgabe von Briefmarken mit dem Zusatz „Österreich“ bzw. „Republik Österreich“ berechtigt.

## Regulierungsbehörden.

Für die diversen Verfahren und Aufsichtserfordernisse wird nach dem Muster des Telekom-Sektors ein System von Regulierungsbehörden (Aufsichtsbehörde beim BMVIT, Post-Control-Kommission und Rundfunk- und Telekom-Regulierungs-GmbH) eingerichtet. Diesen sind zB Aufgaben betreffend Universaldienst, Post-Geschäftsstellen (hierfür mit einem eigenen Beirat) und Ausgleichsfonds zugewiesen, außerdem die Kontrolle



**Michael Sprinzl** ist selbständiger Unternehmensberater für Public Affairs und Issue Management in Wien. Er ist seit rund 25 Jahren kontinuierlich mit Fragen der Liberalisierung von

Monopolen und Wettbewerbsregulierung befasst und war in den 90er-Jahren Sachverständiger beim Wirtschafts- und Sozialausschuss der EU für Postwesen. Er ist Lehrbeauftragter an der Universität Wien sowie an der FH des bfi und lehrt auch an der WIFI-Werbeakademie.

der Geschäftsbedingungen für den Universaldienst und die übrigen Dienste sowie die Erteilung von Konzessionen.

## Zugang zur Infrastruktur und zu Adressdaten.

Der Universaldienstbetreiber hat den Zugang zur Infrastruktur (Hausbriefkasten oder Landabgabekästen) ist bis Ende 2012 durch Austausch der Anlagen zu ermöglichen. Dies betrifft etwa 40% aller Anlagen. Die Adressdaten für Nachsendungen oder Rücksendungen sind ebenso wie die Postleitzahlen anderen Anbietern zugänglich zu machen.

## Zeitungszustellung.

Das PMG gilt nicht für die Zustellung von Zeitungen durch Medieninhaber oder Unternehmen im Eigentum von Medieninhabern, somit sind Gemeinschaftsunternehmen vom Postdienst ausgeschlossen, was auch bereits zum Austritt von >redmail (als Joint Venture von TNT und Styria) aus dem Markt für die Zustellung von adressierten und nichtadressierten Sendungen geführt hat. Hier werden wohl die Höchstgerichte das letzte Wort haben.

## Viele offene Fragen

Gänzlich außer Acht bleibt im Gesetz das Thema der „Digitalen Substitution“: immer mehr Sendungen werden auf elektronischem Weg möglichst nahe an den Zustellpunkt gebracht, dort ausgedruckt, kuvertiert und verteilt. Umgekehrt liest die Post Dokumente

**confare**  
Gemeinsam. Besser. Machen.

Confare Konferenz [www.confare.at](http://www.confare.at)

**Kein Stein bleibt auf dem anderen!**

## POSTMARKT 2010

**Neuer Markt. Neue Regeln. Neue Lösungen.**

**03. März 2010 | EURO PLAZA Conference Center | Wien**

Tel: +43/1/997 10 22-997 Email: [anmeldung@confare.at](mailto:anmeldung@confare.at) Service Hotline: +43/1/997 10 22-0

ein und stellt sie elektronisch dem Empfänger zur weiteren Bearbeitung zu. Hier hätte sie aufgrund der geradezu jahrhundertelangen Erfahrung als verlässlicher Dienstleister einen enormen Startvorteil (Sicherheit, Schutz der Daten etc).

Der staatliche Eingriff in die Gestion eines börsennotierten Unternehmens bezüglich der Zahl der Vertriebsstellen ist zwar aus der politischen Logik verständlich, unter dem Titel „unternehmerische Gestaltungsfreiheit“ ist er jedoch ebenso wenig einzuordnen wie die Verpflichtung, sich gehaltsmäßig am jeweiligen Kollektivvertrag zu orientieren. Dies begründet die bereits öffentlich gewordenen Überlegungen der Post AG, die Zustellung zumindest des Massensendungsvolumens an die Tochterfirma Feibra auszulagern.

Ein besonderes Wettbewerbs-hemmnis ist aber die im PMG vorgesehene Frist bis Ende 2012 zur Umstellung der Hausbriefkasten, de facto werden damit potenzielle

Wettbewerber vom Markt ferngehalten, da sie zu rund 40% der Adressaten keinen Zugang finden.

Zu guter Letzt ist auch noch die Frage zu diskutieren, welche Rechte der Adressat in Hinkunft hat: kann er, wie bei elektronischen Informationen eine Auswahl treffen, welche Werbung / Information ihm zugestellt werden darf und welche nicht? Gilt das „Abwehlpickerl“ gegen Werbesendungen künftig nur für die Post oder für alle Betreiber?

Als Resümee ist hinzuzufügen, dass Liberalisierung im vorliegenden Fall nicht als Befreiung vom Monopol zu verstehen ist sondern eher als Befreiung vom Wettbewerb.

## AUTOR

**DIPL.- ING. MICHAEL SPRINZL**

Weyringergasse 11, A-1040 Wien  
E-Mail: [michael.sprinzl@dersprinzl.com](mailto:michael.sprinzl@dersprinzl.com)  
[www.dersprinzl.com](http://www.dersprinzl.com)

## Lex

### Förderung von Öko-LKW für KMU bis zu 100.000,- Euro

Das erp-Kleinkredit-Programm wird auf umweltfreundliche LKWs und Anhänger mit einer Gesamtmasse von mehr als 3,5 Tonnen ausgeweitet. Damit können nun auch Kleinunternehmen, die ihren Fuhrpark auf umweltfreundliche LKW umstellen, gefördert werden. Der Start des Programms wird in rund drei Wochen nach Vorliegen aller formalen Beschlüsse erfolgen. Die neuen Transportfahrzeuge müssen der EEV-Norm entsprechen, also sehr strenge Kohlenwasserstoff- und Feinstaubwerte einhalten. Die Anschaffung wird mit erp-Kleinkrediten bis zu 100.000 Euro und einem Zinssatz von 0,5 Prozent in der tilgungsfreien Zeit und 1,5 Prozent in der Tilgungszeit erleichtert. „Mit dieser neuen Maßnahme setzen wir Impulse für einen sauberen und umweltfreundlichen Schwerverkehr, für den heimischen Fahrzeughandel und für kleine und kleinste Unternehmen“, sagen die aws-Geschäftsführer Johann Moser und Bernhard Sagmeister.

Antragsberechtigt sind Kleinbetriebe aller Branchen mit bis zu 50 Mitarbeitern und maximal zehn Millionen Euro Umsatz oder Bilanzsumme. Unternehmen können für die Besicherung ihres Kredits eine aw-Haftung in Anspruch nehmen. Die Aktion ist bis Ende 2010 befristet.

[www.awsg.at](http://www.awsg.at)

### Erfolgsfaktoren für KMU's 2010

- einfache und unkomplizierte IT - Lösungen
- effiziente Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen
- intelligente Kombination von IT- und Marketingkompetenzen

**IT solutions**  
kompetent zuverlässig sicher

**D2.agency**  
Creative Marketing Communication

C1-IT Solutions und D2-agency erkennen Ihre Anforderungen und Ziele. Diese werden in erfolgreiche Aktivitäten umgesetzt. Die Lösungspakete von C1 + D2 sind übersichtlich, modular aufgebaut und die Kosten durch reduzierte Fixpreise transparent. Fordern Sie jetzt Ihr KMU-Paket an!

Beispiele für KMU-Pakete:

- Corporate Design, Web & Print
- Verkaufsfaktionen und CRM-Optimierung
- Websiteanalyse und -erweiterung
- Netzwerkoptimierung und Hosting
- Search Engine Optimization
- IP-Telefonie

[www.c1-it.com](http://www.c1-it.com)

[www.d2-agency.com](http://www.d2-agency.com)

C1. IT solutions GmbH | D2.Agentur für strategische Kommunikation GmbH  
Weyringergasse 34/3 T. +43 1 30690 F. +43 1 30690-9  
office@c1-it.com | office@d2-agency.com

## LexisNexis® KnowHow

Ihr Portal für die Personalpraxis

**Testen Sie jetzt 2 Wochen gratis!**

Anmeldung unter [knowhow.lexisnexis.at](http://knowhow.lexisnexis.at)

### LexisNexis® KnowHow bietet

- ▶ tagesaktuelle Informationen und
- ▶ praktische Lösungen

zu allen Themen und Fragestellungen aus dem Bereich **Personal & Recht**.

Anerkannte Praktiker sowie die langjährige Fachkompetenz des Verlags LexisNexis (ARD) garantieren verlässliche und klar formulierte Inhalte.

### Zur Erleichterung Ihrer Arbeit finden Sie zu jedem Thema

- ▶ Muster & Formulare,
- ▶ Checklisten und
- ▶ Beispiele.



Ab heute gut beraten – mit **LexisNexis® KnowHow Personal & Recht!**

Testen Sie jetzt 2 Wochen gratis!  
Anmeldung unter [knowhow.lexisnexis.at](http://knowhow.lexisnexis.at)

LexisNexis, Marxergasse 25, 1030 Wien  
E-Mail: [sales@lexisnexis.at](mailto:sales@lexisnexis.at)

**LexisNexis**

WIFI MANAGEMENT FORUM  
WERT ZU WISSEN

**SEMINAR**  
**Unternehmensfinanzierung**  
am 11. 3. 2010.

WIFI MANAGEMENT FORUM

Währinger Gürtel 97, 1180 Wien  
[HTTP://www.wifi.at/managementforum](http://www.wifi.at/managementforum)  
TELEFON +43 (1) 476 77-5232  
FAX +43 (1) 476 77-5239  
EMAIL [managementforum@wifi.wien.at](mailto:managementforum@wifi.wien.at)