

TNT Post Holding Deutschland GmbH, Stadionring 32, 40878 Ratingen

Deutscher Bundestag
Klaus Uppenkamp
Referent des Finanzausschusses
Platz der Republik I
11011 Berlin
- Terminsache -

Holding Geschäftsführung
Stadionring 32
40878 Ratingen
Deutschland
Tel: +49 2102 1539 - 300
Fax: +49 2102 1539 - 407
www.tntpost.de

Ratingen, 16. März 2009

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung - Gesetzentwurf der Bundesregierung „Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Umsatzsteuergesetzes“ – Drucksache 16/11340

Sehr geehrter Herr Uppenkamp,

Mit diesem Schreiben übersenden wir Ihnen anlässlich der Sachverständigenanhörung am 18. März 2009 die Stellungnahme der TNT Post Deutschland zum Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Umsatzsteuergesetzes (BT 16/11340).

TNT Post ist seit zehn Jahren auf dem deutschen Postmarkt aktiv und hat massiv in den Aufbau von Arbeitsplätzen und Zustellstrukturen investiert. Mit rund 6.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und über 130 regionalen Zustellpartnern ist TNT Post der wichtigste alternative Anbieter von Briefdienstleistungen, der bundesweit im direkten Wettbewerb mit der Deutschen Post AG steht.

Seit über einem Jahr ist der deutsche Postmarkt formell liberalisiert. Trotzdem verhindern vorhandene Wettbewerbsverzerrungen wie die einseitige Umsatzsteuerprivilegierung der Deutschen Post AG und künstlich errichtete Marktzutrittsschranken wie der überhöhte allgemein verbindlich erklärte Post-Mindestlohn die Entstehung von nachhaltigem Wettbewerb im deutschen Briefmarkt.

Ein Rückgang der Marktanteile der Wettbewerber in 2008, 69 Marktaustritte allein in den ersten drei Quartalen 2008, ein Anstieg der Insolvenzen bei privaten Post- und Kurierdiensten um 36 Prozent und der Verlust von mehr als 6.000 Arbeitsplätzen bei neuen Briefdienstleistern waren die Folge. Erschreckende Signale aus einem Markt, der eigentlich enormes Potenzial für Kunden, Verbraucher, Beschäftigung und Unternehmen bieten könnte.

Vor diesem Hintergrund begrüßen wir ausdrücklich, dass die Bundesregierung die Umsatzsteuer im Postmarkt neu regeln möchte und bitten Sie, unsere Stellungnahme an alle Mitglieder des Finanzausschusses zeitnah weiterzuleiten und in das Protokoll der Anhörung aufzunehmen.

Mit freundlichen Grüßen



Mario Frusch
CEO TNT Post Deutschland

Anlage

- Stellungnahme zum Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Umsatzsteuergesetzes (BT 16/11340)

Umsatzsteuer im Postmarkt: Steuerbefreiung für Bürger – Rechtssicherheit für Postdienstleister und Kunden

Stellungnahme zum Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Umsatzsteuergesetzes (BT 16/11340)

Fazit

Ausgangssituation:

- Im liberalisierten Postmarkt soll die Grundversorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen gewährleistet werden.
- Die einseitige Umsatzsteuerbefreiung der Deutschen Post AG verstößt gegen europäisches Recht und verhindert fairen Wettbewerb.
- Eine Neuregelung der Umsatzsteuergesetzgebung im Postmarkt ist unbedingt erforderlich.

Lösungen:

- Aus Wettbewerbssicht wäre die vollständige Abschaffung der Umsatzsteuerbefreiung die bestmögliche Lösung. Diese Lösung ist gegenwärtig nicht mehrheitsfähig.
- Als zweitbeste Lösung ist die Beibehaltung der Umsatzsteuerbefreiung für nur diejenigen Postdienstleistungen denkbar und europarechtlich gestattet, die tatsächlich die Grundversorgung der Bevölkerung (Endverbraucher) sicherstellen. Postdienstleistungen, die gewerblichen Zwecken, dem Vertrieb (Kataloge), der Werbung dienen oder auf der Basis einzelvertraglicher Vereinbarungen oder zu günstigeren als den allgemein zugänglichen Tarifen erbracht werden, dürfen dagegen nicht von einer Umsatzsteuerbefreiung profitieren.

Vorliegender Gesetzentwurf:

- Der vorliegende Gesetzentwurf reicht nicht aus, um eindeutig und systematisch zwischen steuerbefreiten und steuerpflichtigen Postdienstleistungen zu trennen.
- Die einschlägigen Verordnungen und Regelungen im Postmarkt benutzen ein „**50-Stück-Kriterium**“ zur Abgrenzung von gemeinwohlorientierter Grundversorgung und Postdienstleistungen für Geschäftskunden. Privathaushalte versenden in der Regel weniger als 50 Sendungen auf einmal. Das „**50 Stück Kriterium**“ sollte daher bei der Umsatzsteuerneuregelung zur mengenmäßigen Abgrenzung angewendet werden.
- So sollte Artikel I des Gesetzentwurfes wie folgt ergänzt werden:
[...] Die Steuerbefreiung gilt nicht für Leistungen, die der Unternehmer erbringt c) ab einer Mindesteinlieferungsmenge von 50 Postsendungen. [...]
- Das Gesetz kann am Tage nach Verkündung in Kraft treten. Eine Umstellung der administrativen Abläufe ist aufgrund einschlägiger Erfahrungen der Kunden und Dienstleister zügig zu gewährleisten. Eine Verzögerung bis zum 1. Januar 2010 ist unbegründet.

Problemdarstellung

Seit dem 1. Januar 2008 ist der deutsche Postmarkt formell liberalisiert und für den Wettbewerb geöffnet. Tatsächlich aber findet auch ein Jahr später noch kein wirklicher Wettbewerb statt. Marktzutrittsschranken wie der massiv überhöhte allgemein verbindlich erklärte Post-Mindestlohn oder Wettbewerbsverzerrungen wie die einseitige Umsatzsteuerbefreiung der Deutschen Post lassen fairen, funktionsfähigen und chancengleichen Wettbewerb im Briefbereich des Postmarktes nicht zu.

Als wichtigster alternativer Anbieter von Briefdienstleistungen begrüßen wir ausdrücklich, dass die Bundesregierung die Umsatzsteuer im Postmarkt neu regeln möchte.

Unter wettbewerblicher Betrachtung wäre die Abschaffung des Umsatzsteuerprivilegs die bestmögliche Lösung. So weist die Monopolkommission in ihrem Sondergutachten „Wettbewerbsentwicklung bei der Post 2007: Monopolkampf mit allen Mitteln“ zu Recht auf folgendes hin:

„Die Post ist die einzige der liberalisierten Netzindustrien im Bereich der Daseinsvorsorge, deren Leistungen (noch) umsatzsteuerbefreit sind. Die Leistungen der Deutschen Telekom AG unterliegen seit dem 1. Januar 1996 voll der Umsatzsteuer (§ 4 Nr. 11a UstG); Strom und Gas müssen ebenfalls mit dem Regelsatz von 19 Prozent versteuert werden.“ (Sondergutachten der Monopolkommission, 2007, Seite 13)

Die aus Wettbewerbssicht bestmögliche Lösung ist gegenwärtig aber nicht mehrheitsfähig.

Als zweitbeste Lösung ist die Beibehaltung der Umsatzsteuerbefreiung für nur diejenigen Postdienstleistungen denkbar und europarechtlich gestattet, die tatsächlich die Grundversorgung der Bevölkerung (Endverbraucher) sicherstellen.

Postdienstleistungen, die anderen, zum Beispiel gewerblichen Zwecken, dem Vertrieb (Kataloge), der Werbung dienen oder auf der Basis einzelvertraglicher Vereinbarungen oder zu günstigeren als den allgemein zugänglichen Tarifen erbracht werden, dürfen dagegen nicht von einer Umsatzsteuerbefreiung profitieren.

Durch eine präzise und eindeutige Neuregelung der Umsatzsteuer im Postmarkt kann zugleich die postalische Grundversorgung der Bevölkerung gewährleistet und ein wichtiger Schritt zur Schaffung von mehr chancengleichem Wettbewerb im Geschäftskundensegment getan werden.

Gesetzentwurf unpräzise: Umgehung der Steuerpflicht weiterhin möglich

Der vorliegende Gesetzentwurf schließt die Inanspruchnahme einer Steuerbefreiung für Postdienstleistungen außerhalb des Gemeinwohlbereiches nicht grundsätzlich aus. Sobald ein Tarif formell allgemein für „jedermann“ zugänglich ist oder es sich um ein genehmigtes Entgelt handelt und die Leistung flächendeckend im gesamten Bundesgebiet erbracht wird, soll die Steuerbefreiung gelten.

Diese unpräzisen Formulierungen im Gesetzentwurf eröffnen viel Raum für Umgehungsmöglichkeiten zulasten des Steuerzahlers. Durch neue Produkte – zum Beispiel mengen- oder leistungsabhängige Rabattsysteme, spezielle Branchenprodukte für Finanzdienstleister oder die öffentliche Hand – könnte versucht werden, eine Steuerpflicht zu umgehen. Diese neuen Produkte würden zwar formell das Gemeinwohl-Kriterium erfüllen, faktisch aber nur für Geschäftskunden in Frage kommen.

Im Pressebericht der Europäischen Kommission zur Eröffnung der zweiten Phase bei den Vertragsverletzungsverfahren gegen das Vereinigte Königreich, Deutschland und Schweden (IP/07/1164 vom 24. Juli 2007) heißt es:

„Möglicherweise ist es die von mehreren Mitgliedstaaten angewandte Mehrwertsteuerbefreiung, die einen wirksamen Wettbewerb im Postsektor am stärksten behindert. [...] Wenn ehemalige Monopole aus kommerziellen Gründen - insbesondere zur Abschreckung anderer Anbieter – einigen Großkunden Konditionen anbieten, die nicht für die breite Öffentlichkeit gelten, so sollten diese Dienste genauso besteuert werden wie die ihrer Konkurrenten.“

Auch für die im Gesetzentwurf vorgesehene Übergangszeit bis zum 1. Januar 2010 gibt es keinen sachlichen Grund. Die Kunden der Postdienstleister sind an mit Mehrwertsteuer belastete Lieferungen gewöhnt. Auch die Deutsche Post AG bietet zum Beispiel im Paketbereich bereits mehrwertsteuerpflichtige Dienstleistungen an. Es gibt deshalb keinen erheblichen administrativen Umstellungsaufwand.

Gesetzentwurf präzisieren: „50-Stück-Kriterium“ zur mengenmäßigen Abgrenzung

Zur eindeutigen und systematischen Abgrenzung zwischen steuerbefreiten und steuerpflichtigen Postdienstleistungen ist eine mengenmäßige Beschränkung – „50 Stück Kriterium“ – empfehlenswert. Privathaushalte versenden in der Regel weniger als 50 Sendungen auf einmal. Die einschlägigen Verordnungen und Regelungen im Postmarkt benutzen folglich das „50-Stück-Kriterium“ zur Abgrenzung von gemeinwohlorientierter Grundversorgung und Postdienstleistungen für Geschäftskunden. So beschränkt das Postgesetz den Bereich der genehmigungspflichtigen Entgelte (§19 Satz 2) auf Einlieferungsmengen von weniger als 50 Sendungen.

Ab einer Mindesteinlieferungsmenge von 50 Sendungen sollte uneingeschränkt die Umsatzsteuerpflicht gelten. Die Präzisierung könnte wie folgt im Gesetzentwurf umgesetzt werden:

<p>Entwurf für ein Umsatzsteuer-gesetz [BT 16/11340]</p> <p>Ergänzung und Präzisierung</p>	<p>Artikel 1 wird wie folgt gefasst:</p> <p>[...] Die Steuerbefreiung setzt voraus, dass der Unternehmer die Gesamtheit der Universaldienstleistungen <i>bei Brief- oder Paketdiensten</i> entsprechend einer Bescheinigung des Bundeszentralamtes für Steuern im gesamten Gebiet der Bundesrepublik Deutschland flächendeckend anbietet. Die Steuerbefreiung gilt nicht für Leistungen, die der Unternehmer erbringt</p> <p>a) auf Grund einzelvertraglicher Vereinbarungen oder</p> <p>b) auf Grund von <i>Bedingungen, die von den für alle Verbraucher geltenden allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichen oder zu abweichenden Qualitätsbedingungen oder günstigeren Preisen als nach den allgemein für jedermann zugänglichen Tarifen oder als den nach § 19 des Postgesetzes genehmigten Entgelten oder</i></p> <p>c) ab einer Mindesteinlieferungsmenge von 50 Postsendungen.</p>
<p>Änderung</p>	<p>Artikel 3 wird wie folgt gefasst:</p> <p>Dieses Gesetz tritt am Tage nach der Verkündung in Kraft.</p>

Erläuterung und Begründung: Auswirkungen auf Kunden und Wettbewerb

Die bisherige Umsatzsteuerregelung ist eines der zentralen Wettbewerbshindernisse, da mit ihr große Teile des Marktes von vorneherein dem Wettbewerb vorenthalten werden. Gleichzeitig wird die Deutsche Post AG einseitig und zu Lasten des Staatshaushaltes und der Steuerzahler weiterhin mit jährlich bis zu 500 Millionen Euro subventioniert.

Das Umsatzsteuerprivileg der Deutschen Post AG in Höhe von 19 Prozent protektioniert trotz formeller Liberalisierung des Postmarktes noch immer die Hälfte des gesamten Briefaufkommens. Der Zugang zu den Briefsendungen nicht-vorsteuerabzugsberechtigter Kunden wie Endverbraucher, karitative Einrichtungen, Kirchen, oder auch klassischer Massenversender wie Banken, Versicherungen oder Behörden bleiben den Wettbewerbern weitgehend verschlossen.

Für diese Kunden sind die einseitig mit 19 Prozent Umsatzsteuer versehenen Dienstleistungen der neuen Postdienstleister von vornherein preislich weniger attraktiv als entsprechende Angebote der umsatzsteuerbefreiten Deutschen Post. Eine Wahlfreiheit für die Kunden gibt es deshalb nicht. Ein klares Ungleichgewicht zu Lasten des Wettbewerbs.

In der unternehmerischen Praxis führt das Umsatzsteuerprivileg dazu, dass zum Beispiel bei Ausschreibungen der öffentlichen Hand die neuen Postdienstleister von vorneherein mit einem Kostennachteil von 19 Prozent gegenüber der Deutschen Post AG starten.

So betragen die Kosten einer Standardbriefsendung für einen Geschäftskunden bei Auflieferung zur Deutschen Post AG nach einem Teilleistungsvertrag BZE (Nachlass von 26 Prozent) anstelle 0,55 Euro nur noch 0,407 Euro (ohne MwSt). Um einem nicht vorsteuerabzugsberechtigten Kunden,

zum Beispiel einer Stadtverwaltung einen „Deutsche Post-gleichen“ Preis anbieten zu können, muss TNT Post durch den Umsatzsteuernachteil den eigenen Angebotspreis auf mindestens 0,342 Euro (zzgl. 19 Prozent MwSt i.H.v. 0,065 Euro) absenken. In der Praxis erwarten Kunden bei einem Anbieterwechsel zudem mindestens 10 Prozent, eher bis zu 20 Prozent, Kostenersparnis vom neuen Dienstleister. Entsprechend ist in dieser Kundengruppe ein zu erzielendes Preisniveau zwischen 0,27-0,32 Euro je Standardbriefsendung (zzgl. MwSt) realistisch.

Die im vorliegenden Gesetzentwurf bisher vorgesehene Umsatzsteuerbefreiung wirkt ausschließlich zugunsten der Deutschen Post AG, weil kein Wettbewerber die Gesamtheit der Universaldienstleistungen (Brief- und Paket) gleichzeitig, im gesamten Gebiet der Bundesrepublik Deutschland flächendeckend erbringen kann. Das führt dazu, dass private Brief- und Paketdienste bei gleicher Leistung Umsatzsteuer abführen müssen, während die Deutsche Post AG davon befreit ist.

Dass eine eindeutige Trennung zwischen Privat- und Geschäftskundenpost möglich ist und in der Praxis bereits seit längerer Zeit angewendet wird, zeigt die steuerliche Behandlung von Paketen durch die Deutsche Post AG. So erhebt die Deutsche Post AG bei Geschäftskundenpaketen seit 1999 Umsatzsteuer, obwohl diese rechtlich zum Universaldienst zählen. Bei Privatkundenpaketen dagegen erhebt die Deutsche Post AG keine Umsatzsteuer und genießt so einen klaren Vorteil gegenüber ihren Wettbewerbern. (Vgl. Sondergutachten der Monopolkommission, 2007, Seiten 18 und 19).

Die unterschiedliche umsatzsteuerliche Behandlung von Brief- und Paketdienstleistungen durch die Deutsche Post AG verstärkt den Eindruck von Intransparenz und Beliebigkeit im Umgang und bei der Auslegung umsatzsteuerrechtlicher Vorschriften. Die Monopolkommission hat schon in 2007 festgestellt:

„Die willkürliche Abgrenzung verstärkt die mit der Mehrwertsteuerbefreiung verbundene Wettbewerbsverzerrung insbesondere dadurch, dass die Abweichungen von der Norm typischerweise zugunsten der DPAG wirken.“ (Vgl. Sondergutachten der Monopolkommission, 2007, Seite 19)

Der Gesetzentwurf kann durch eine mengenmäßige Begrenzung - „50 Stück Kriterium“ – eindeutiger und präziser gefasst werden. Damit werden Auslegungs- und Interpretationsspielräume und somit Missbrauch und Umgehungsmöglichkeiten von vornherein beschränkt. Mehr Transparenz wird gewährleistet.

Europarechtliche Bestimmungen

Die einseitige und umfassende Umsatzsteuerbefreiung der Deutschen Post AG verstößt gegen europäisches Recht. Die Europäische Kommission hat deshalb bereits im April 2006 ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Deutschland eingeleitet (IP/06/484).

Am 24. Juli 2007 hat die Europäische Kommission Deutschland förmlich ersucht, die Rechtsvorschriften über MwSt-Befreiungen für Postdienste, die nicht mit der MwSt-Richtlinie vereinbar sind, zu ändern (IP/07/1164). Damit wurde die zweite Phase der Vertragsverletzungsverfahrens (gemäß Artikel 226 EG-Vertrag) eröffnet. Werden die betreffenden nationalen Rechtsvorschriften nicht entsprechend geändert, kann die Kommission den Europäischen Gerichtshof anrufen.

„Die MwSt-Befreiung für Postdienste ist noch in den EU-Rechtsvorschriften verankert und sollte so angewendet werden, dass Wettbewerbsverzerrungen zwischen ehemaligen Monopolen und neuen Marktteilnehmern möglichst vermieden werden, so dass sämtliche Wirtschaftsbeteiligten in ganz Europa Postdienste anbieten können“. (Vgl. MwSt – Postdienste: Kommission eröffnet zweite Phase bei den Vertragsverletzungsverfahren gegen das Vereinigte Königreich, Deutschland und Schweden IP/07/1164, 24.07.2007)

EU-Wettbewerbskommissar Charlie McCreevey weist den Bundesminister für Wirtschaft und Technologie in seinem Schreiben vom 9. Dezember 2008 eindringlich darauf hin, dass die Ziele der EU-Postreform mit Nachdruck weiterverfolgt werden müssen.

„Dabei ist es entscheidend, unklare oder unnötige gesetzgeberische Maßnahmen zu vermeiden, die einer vollständigen Marktöffnung im Wege stehen und den Markteintritt neuer Anbieter verhindern könnten“, so McCreevey.

Hintergründe zum Postmarkt

Seit dem 1. Januar 2008 ist der deutsche Postmarkt formell liberalisiert und für den Wettbewerb geöffnet. Tatsächlich aber findet auch ein Jahr später noch kein wirklicher Wettbewerb statt.

Die Bundesregierung kommt in Ihrer Antwort vom 23. Dezember 2008 auf eine Kleine Anfrage der FDP (BT-Drucksache 16/11256) zu dem Schluss, dass funktionsfähiger und chancengleicher Wettbewerb im Kurier-, Express- und Paketbereich besteht. Damit gesteht die Bundesregierung aber gleichzeitig ein, dass es im Briefmarkt, dem herausragenden Teil des Marktes für Postdienstleistungen, keinen funktionsfähigen und chancengleichen Wettbewerb gibt.

Das bestätigen auch die jüngsten Prognosen der Bundesnetzagentur. Danach ist seit der formalen Öffnung des Briefmarktes der mengenbezogene Marktanteil der Wettbewerber der Deutschen Post AG von 10,4 Prozent 2007 auf voraussichtlich "etwas unter zehn Prozent" 2008 zurückgegangen.

Gerade erst entstehender Wettbewerb auf dem deutschen Postmarkt wird verhindert und neue Postdienstleister werden – wie die große Anzahl von 69 Marktaustritten in den ersten drei Quartalen 2008 oder ein Anstieg der Insolvenzen bei privaten Post- und Kurierdiensten um 36 Prozent anschaulich belegen – aus dem Markt verdrängt. Das rechtliche Post-Monopol wurde durch ein faktisches Monopol ersetzt.

Die Bundesnetzagentur stellt in ihrer 11. Marktuntersuchung fest:

„Die auch nach dem Wegfall der Exklusivlizenz noch bestehenden Rahmenbedingungen wie die unterschiedliche steuerliche Behandlung und die Festlegung von Mindestlöhnen werden sich im Briefbereich weiterhin als wesentliche Marktzutrittsbarrieren auswirken.“ (Seite 81)

Weiter verschärft werden die wettbewerbsschädlichen Bedingungen durch die faktisch fehlende Entgeltkontrolle des marktbeherrschenden Unternehmens Deutsche Post AG. Das Postgesetz beschränkt den Bereich der genehmigungspflichtigen Preise auf Einlieferungsmengen von weniger als 50 Sendungen. Großkunden kann die Deutsche Post aufgrund der fehlenden Entgeltkontrolle und der einseitigen Umsatzsteuerbefreiung somit ungehindert Wettbewerbspreise anbieten, die für alternative Postanbieter kaum erreichbar sind.

In der Presseinformation der Deutschen Post zu den Ergebnissen des Gesamtjahres 2008 vom 25. Februar 2009 heißt es dann auch:

„Aufgrund ihres qualitativ hochwertigen Serviceangebots und ihrer flexiblen Preisgestaltung konnte die Deutsche Post ihren Marktanteil im ersten Jahr nach der vollständigen Liberalisierung des deutschen Briefmarktes trotz eines sinkenden Gesamtvolumens leicht steigern.“

Gerade unter den aktuellen Bedingungen einer volkswirtschaftlich äußerst angespannten Situation ist die Beseitigung der bestehenden Marktzutrittsschranken und Wettbewerbsverzerrungen ein entscheidender und wichtiger Beitrag zur Sicherung von bestehenden und zur Schaffung von neuen Arbeitsplätzen im personalintensiven Briefmarkt. So würde der Wettbewerb auf dem Postmarkt neue Impulse erhalten und sich richtig entfalten können. Wettbewerb schafft Wahlmöglichkeiten und Servicevielfalt, führt zu innovativen Produkten und niedrigeren Preisen, also zu Kostensenkungen für die Kunden.

Andernfalls aber ist zu erwarten, dass sich die bereits belegte Tendenz zur weiteren Verringerung des ohnehin geringen Wettbewerbs im Briefmarkt verstärken wird: Wettbewerber verlassen den Markt, tausende Arbeitsplätze werden vernichtet, neue nicht geschaffen, Investitionen werden ausgesetzt, Angebots- und Produktvielfalt weiter zulasten von Kunden und Endverbrauchern verhindert – die Liberalisierung im Postsektor wäre unumkehrbar gescheitert.

Engagement von TNT Post auf dem deutschen Postmarkt

TNT Post Deutschland gehört zum börsennotierten Express- und Postkonzern TNT N.V. Seit zehn Jahren ist TNT Post in Deutschland aktiv und hat bereits über 200 Millionen Euro in den Aufbau eines eigenen Zustellnetzes und die personalintensive Zustellung investiert. Fast 95 Prozent der rund 6.000 Mitarbeiter (davon über 4.000 Zusteller) von TNT Post sind in sozialversicherungspflichtigen Teil- und Vollzeitbeschäftigungsverhältnissen angestellt. Die übrigen geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse werden mit zunehmendem Zustellvolumen konsequent in Teil- und Vollzeitstellen umgewandelt. In Zusammenarbeit mit den Arbeitsagenturen vor Ort erhalten viele (Langzeit-)Arbeitslose und Geringqualifizierte, auch in strukturschwachen Regionen, eine neue Berufsperspektive.

Als stärkster alternativer Anbieter von Postdienstleistungen auf dem deutschen Markt verzeichnet TNT Post trotz 200 Jahren Erfahrung in der Postzustellung nach zehn Jahren Engagement in Deutschland weniger als zwei Prozent Marktanteil. Die Deutsche Post AG beherrscht den Briefmarkt weiterhin mit über 90 Prozent Marktanteil.

Von einem chancengleichen und funktionsfähigen Postmarkt kann in Deutschland, vor allem aufgrund des Umsatzsteuerprivilegs der Deutschen Post AG, des überhöhten Post-Mindestlohnes und fehlender Missbrauchsaufsicht bei der Preisgestaltung des marktbeherrschenden Unternehmens, keine Rede sein.

Eine Neuorientierung der Politik im Postmarkt hin zu einem tatsächlichen Wettbewerb ist im Interesse der Förderung von Beschäftigung, Produktvielfalt, Einsparmöglichkeiten und mehr Kundenservice wünschenswert und uns ein besonderes Anliegen.