



Ausarbeitung

Deutsche Post AG und Postbinnenmarkt sowie Privatisierung der japanischen Post



Deutsche Post AG und Postbinnenmarkt sowie Privatisierung der japanischen Post

Verfasserin: [REDACTED]
Aktenzeichen: WD 5 – 3000 – 168/09
Abschluss der Arbeit: 14. Dezember 2009
Fachbereich: WD 5: Wirtschaft und Technologie; Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz; Tourismus
Telefon: [REDACTED]

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Konzerngeschichte der Deutsche Post AG	4
3.	Wirtschaftliche Entwicklung der Deutsche Post AG	5
3.1.	Aktionärsstruktur	5
3.2.	Aktienkurs	6
3.3.	Konzernkennzahlen	7
3.4.	Dividendenentwicklung	8
3.5.	Anzahl der Mitarbeiter	9
3.5.1.	Anzahl der Mitarbeiter nach Regionen	9
3.5.2.	Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmensbereich BRIEF	10
3.5.3.	Anzahl der Beamten	10
3.6.	Mindestlohn	10
3.7.	Unternehmensbereich BRIEF	10
3.7.1.	Geschäftsfelder	10
3.7.2.	Kennzahlen des Unternehmensbereichs BRIEF 2008	11
3.7.3.	Brieflaufzeiten	12
3.7.4.	Filialnetz	13
3.7.5.	Anzahl Briefkästen	14
4.	Postdienstleistungssektor in Europa	14
4.1.	Postrichtlinie	14
4.2.	Liberalisierung in Deutschland	15
4.3.	Stand der Liberalisierung in Europa	16
4.4.	Preisbildung und Preisentwicklung für die Postdienste in der EU	17
4.4.1.	Entgeltgenehmigung in Deutschland	17
4.4.2.	Preisentwicklung in Europa	17
4.5.	Mehrwertsteuerbefreiung von Postdiensten in der EU	19
5.	Postprivatisierung in Japan	19
6.	Anlagen	21
7.	Quellen	21

1. Einleitung

Mit dem **Poststrukturgesetz von 1989** wurde die erste Phase der Postreform eingeleitet (**1. Postreform**). Das Gesetz trat am 1. Januar 1990 in Kraft und sollte die dem Bundesministerium für Post und Telekommunikation unterstehende Deutsche Bundespost (DBP) neu ordnen und sukzessive auf wettbewerbliche Anforderungen vorbereiten. In das nach wie vor öffentliche Unternehmen – nun Deutsche Bundespost Postdienst mit den drei Unternehmensbereichen DBP Postdienst, DBP Postbank und DBP Telekom – wurde nach der deutschen Einheit die Deutsche Post der DDR integriert.

Im Zuge der **2. Postreform 1995** wurde die Deutsche Bundespost Postdienst privatisiert und die Aktiengesellschaft **Deutsche Post AG** (DPAG) gegründet. Mit Inkrafttreten des Postgesetzes¹ am 1. Januar 1998 übernahm die damalige Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) und heutige Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen (Bundesnetzagentur oder BNetzA) die Aufgabe der Liberalisierung des deutschen Postmarktes. Gleichzeitig wurde das Bundesministerium für Post und Telekommunikation aufgelöst.

2. Konzerngeschichte der Deutsche Post AG

Unter dem Dach der **Deutsche Post AG** (DPAG) sind nach Umwandlung in eine Aktiengesellschaft zum einen der gesamte Brief- und Paketdienst und zum anderen seit 1999 die Postbank² vereint.

Im November 2000 erfolgt der Börsengang der DPAG, die sich inzwischen in **Deutsche Post World Net** (DPWN) umbenannt hat, mit 29 Prozent des Aktienkapitals. Ab März 2001 ist der Konzern im DAX 30 notiert. Zwei Jahre später wird das Logistikunternehmen DHL eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der DPAG. Das Unternehmen setzt sich nun aus den drei Geschäftsbereichen bzw. Marken Deutsche Post, DHL und Postbank zusammen. Im Juni 2004 werden zum ersten Mal die Aktien der **Postbank AG** an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert.

Fünf Jahre nach dem Börsengang der DPAG befinden sich im Juli 2005 rund 55 Prozent der Aktien im Streubesitz. Damit ist der Bund nicht mehr der Mehrheitseigner der DPAG bzw. der Deutschen Post World Net.

Es folgen weitere Unternehmensübernahmen in allen drei Segmenten sowie eine dadurch bedingte Unternehmensumstrukturierung. Im Januar 2009 werden 22,9 Prozent der Aktien der

1 Postgesetz (PostG) vom 22. Dezember 1997 (BGBl. I S. 3294), zuletzt geändert durch Artikel 272 der Verordnung vom 31. Oktober 2006 (BGBl. I S. 2407).

2 Die Deutsche Postbank AG wurde ebenfalls im Zuge der 2. Postreform als Aktiengesellschaft gegründet. Der Bund veräußerte die Aktien 1999 an die DPAG.

Postbank AG an die Deutsche Bank verkauft. Damit will sich die DPAG schrittweise aus dem Bankengeschäft zurückziehen.

Nach einem Namens-Relaunch firmiert der Konzern heute unter dem Markenlabel **Deutsche Post DHL** (Deutsche Post AG) mit den beiden Marken Deutsche Post und DHL und rund 500.000 Mitarbeitern sowie 18.500 Niederlassungen in mehr als 220 Ländern. Damit ist die DPAG nach eigenen Angaben der weltweit führende Post- und Logistik-Konzern (**Anlage 1**). Der Unternehmensbereich **Deutsche Post** ist mit seinem Geschäftsbereich BRIEF als Universaldienstleister in Deutschland tätig.

Marken	Deutsche Post 		DHL 	
Unternehmensbereiche	BRIEF <ul style="list-style-type: none"> • Die Post für Deutschland • Größtes Postunternehmen Europas • Führend in Qualität und Automatisierung 	EXPRESS <ul style="list-style-type: none"> • Größter Anbieter von Expressdienstleistungen in den Regionen Europe, Asia Pacific und EEMEA • Unter den Top 3 weltweit • Weltweite Nr. 1 im internationalen Expressgeschäft 	GLOBAL FORWARDING, FREIGHT <ul style="list-style-type: none"> • Weltweite Nr. 1 in Luftfracht und Seefracht 	SUPPLY CHAIN <ul style="list-style-type: none"> • Weltweite Nr. 1 in der Kontraktlogistik • Weltweite Nr. 1 für Corporate Information Solutions
Geschäftsfelder	<ul style="list-style-type: none"> • Brief Kommunikation • Dialog Marketing • Presse Services • Paket Deutschland¹⁾ • Filialen • Global Mail¹⁾ • Renten-Service 	<ul style="list-style-type: none"> • Europe • Americas • Asia Pacific • EEMEA (Eastern Europe, Middle East, Africa) 	<ul style="list-style-type: none"> • Global Forwarding • Freight 	<ul style="list-style-type: none"> • Supply Chain • Williams Lea

1) Tritt unter der Marke DHL auf

Quelle: DPAG (2009f)

3. Wirtschaftliche Entwicklung der Deutsche Post AG

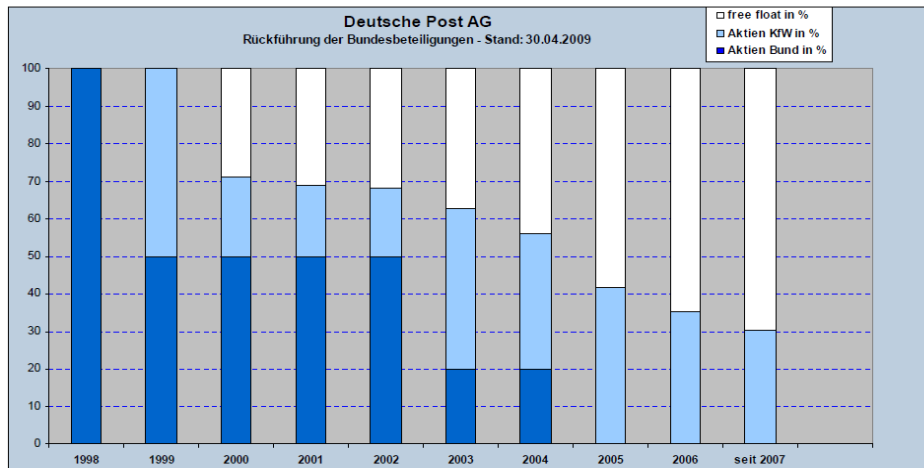
Die nachfolgenden Kennzahlen sind dem Geschäftsbericht 2008 der zu diesem Zeitpunkt noch unter dem Namen Deutsche Post World Net (DPWN) firmierenden Deutsche Post AG (DPAG) entnommen.

3.1. Grundkapital und Aktionärsstruktur

Das Grundkapital der DPAG besteht im November 2009 aus rund 1.209 Millionen Namensaktien.

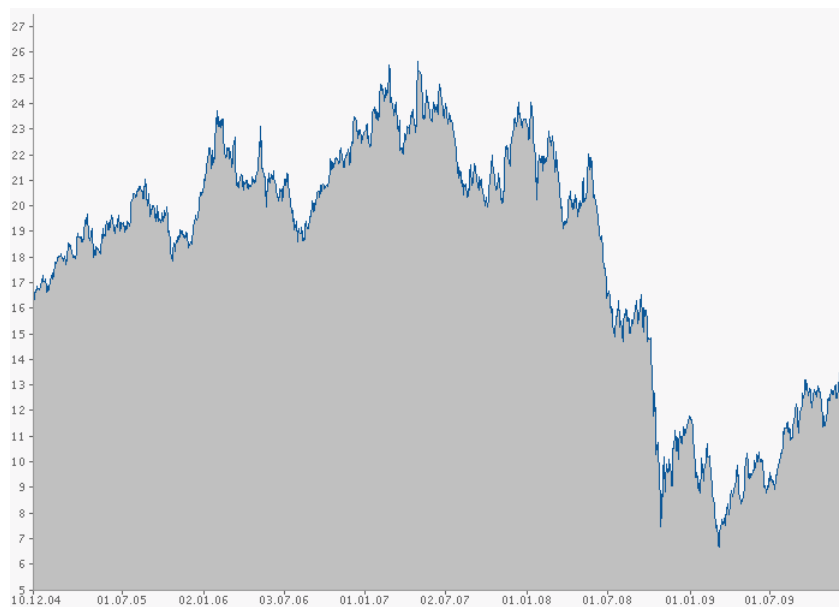
Die DPAG befindet sich zurzeit zu 69,5 Prozent in Streubesitz, allerdings halten private Anleger nur 6,5 Prozent des Kapitals, 63 Prozent der Aktien befinden sich in den Portfolios von institutionellen Anlegern. Die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) besitzt einen Anteil von 30,5 Prozent, davon eine 4,6 Prozent Wandelanleihe auf dem japanischen Markt aus dem Jahr 2005 und eine 4,5 Prozent Wandelanleihe auf Aktien der Deutsche Post AG aus dem Jahr 2009 (**Anlage 2**).

Rückführung der Bundesbeteiligung an der DPAG 1998 – 2007



Quelle: BMF (2009b)

3.2. Aktienkurs



**Deutsche Post AG
Aktienkursentwicklung
2004 – 2009**

Quelle: finanzen.net (2009)

3.3. Konzernkennzahlen

Ausgewählte Kennzahlen¹⁾

		2007 angepasst	2008	+/- %
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) vor Einmaleffekten	Mio €	2.668	2.410	-9,7
Einmaleffekte	Mio €	535	2.977	-
EBIT	Mio €	2.133	-567	-126,6
Umsatz	Mio €	54.043	54.474	0,8
Umsatzrendite ²⁾	%	3,9	-	
Konzernjahresergebnis ³⁾	Mio €	1.383	-1.688	-
Operativer Cashflow (Postbank at Equity)	Mio €	2.808	3.362	19,7
Nettofinanzverschuldung (Postbank at Equity) ⁴⁾	Mio €	2.858	2.412	-15,6
Eigenkapitalrendite vor Steuern (Return on Equity)	%	8,6	-9,0	
Ergebnis je Aktie ⁵⁾	€	1,15	-1,40	-
Dividende je Aktie	€	0,90	0,60 ⁶⁾	-33,3
Zahl der Mitarbeiter ⁷⁾		447.626	456.716	2,0

1) Ohne Postbank 2) EBIT ÷ Umsatz 3) Nach Abzug von Minderheiten, inklusive Postbank 4) Bereinigt um Finanzschulden gegenüber Minderheitsaktionären von Williams Lea 5) Inklusive Postbank 6) Vorschlag 7) Im Durchschnitt (Teilzeitkräfte auf Vollzeitkräfte umgerechnet)

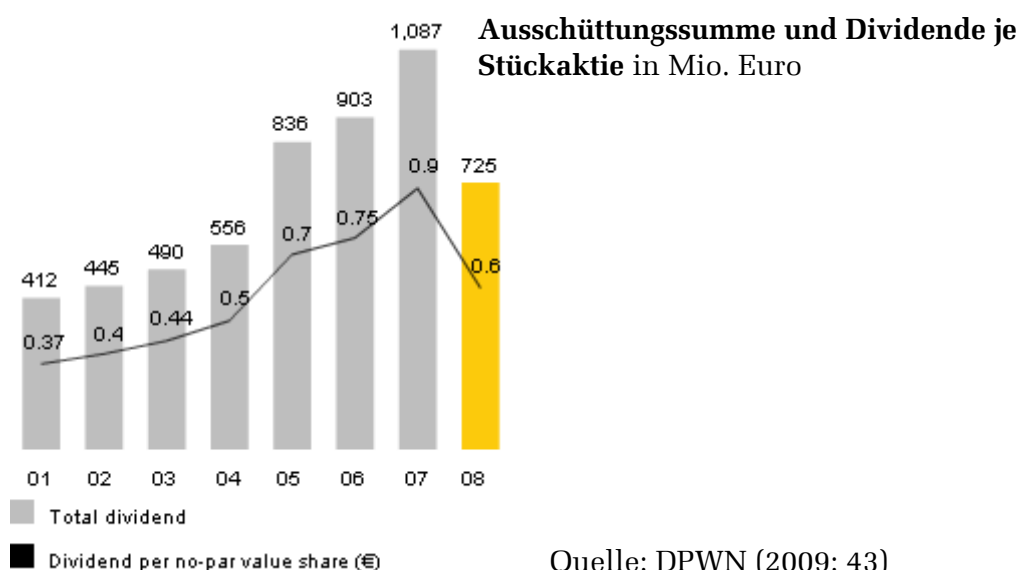
Quelle: DPWN (2009: I)

In der Mehrjahresübersicht (2001 bis 2008) stieg der Umsatz für alle Geschäftsbereiche von rund 36,2 Mrd. Euro in 2001 auf rund 55,8 Mrd. Euro in 2007 und rund 56 Mrd. Euro in 2008. Das Konzernjahresergebnis entwickelte sich ebenfalls zwischen 2001 und 2007 positiv steigend, ging aber auf Grund des wirtschaftlichen Abschwungs auf -1,98 Mrd. Euro im Jahr 2008 deutlich zurück (**Anlage 3**).³

3 „Die Ergebnisse aus fortgeführten und aus aufgegebenen Geschäftsbereichen addieren sich zu einem Konzernjahresergebnis von -1.979 Mio €, 3.852 Mio € weniger als im Vorjahr. Davon sind - 1.688 Mio € den Aktionären der Deutschen Post zuzurechnen – ein Rückgang um 3.071 Mio € –, während sich der Anteil der Minderheiten von 490 Mio € auf - 291 Mio € verringert hat. Dieser deutliche Rückgang resultiert in erster Linie aus dem anteiligen negativen Ergebnis der Postbank. Sowohl das unverwässerte als auch das verwässerte Ergebnis je Aktie ist von 1,15 € auf - 1,40 € gesunken. Für die fortgeführten Geschäftsbereiche ist es auf - 1,10 € (Vorjahr: 0,79 €) zurückgegangen, für die aufgegebenen Geschäftsbereiche von 0,36 € auf - 0,30 €.“ (DPWN 2009: 43)

3.4. Dividendenentwicklung

Zwischen 2001 und 2007 stieg die Dividende je Aktie von 37 Cent (2001) kontinuierlich auf 90 Cent (2007). Für das Jahr 2008 wurden per Beschluss der Hauptversammlung am 21. April 2009 nur noch 60 Cent ausgeschüttet (-33,3%). Bezogen auf den Jahresschlusskurs der Aktie ergibt sich daraus eine Netto-Dividendenrendite von 5,0 Prozent.



Eckdaten zu unserer Aktie

		2004	2005	2006	2007	2008	+/- %
Jahresschlusskurs	€	16,90	20,48	22,84	23,51	11,91	-49,3
Höchstkurs	€	19,80	21,23	23,75	25,65	24,18	-5,7
Tiefstkurs	€	14,92	16,48	18,55	19,95	7,18	-64,0
Anzahl der Aktien	Mio Stück	1.112,8	1.193,9	1.204,0 ¹⁾	1.208,2 ¹⁾	1.209,0 ¹⁾	0,1
Marktkapitalisierung zum 31. Dezember	Mio €	18.840	24.425	27.461	28.388	14.399	-49,3
Durchschnittliches Handelsvolumen je Tag	Stück	2.412.703	3.757.876	5.287.529	6.907.270	7.738.509	12,0
Jahresperformance mit Dividende	%	6,4	24,1	14,9	6,9	-45,5	-
Jahresperformance ohne Dividende	%	3,4	21,2	11,5	2,9	-49,3	-
Beta-Faktor ²⁾		0,84	0,75	0,80	0,68	0,81	-
Ergebnis je Aktie ³⁾	€	1,44	1,99	1,60	1,15	-1,40	-
Cashflow je Aktie ⁴⁾	€	2,10	3,23	3,28	4,27	1,60	-62,5
Kurs-Gewinn-Verhältnis ⁵⁾		11,7	10,3	14,3	20,4	-8,5	-
Kurs-Cashflow-Verhältnis ^{4), 6)}		8,1	6,4	7,0	5,5	7,4	-
Ausschüttungssumme	Mio €	556	836	903	1.087	725 ⁷⁾	-33,3
Ausschüttungsquote	%	34,8	37,4	47,1	78,6	-	-
Dividende je Aktie	€	0,50	0,70	0,75	0,90	0,60 ⁷⁾	-33,3
Dividendenrendite	%	3,0	3,4	3,3	3,8	5,0	-

1) Erhöhung aufgrund der Ausübung von Aktienoptionen, Anhang: Textziffer 39 2) Ab 2006: Beta 3 Jahre; Quelle: Bloomberg 3) Bezogen auf das Jahresergebnis nach Abzug von Minderheiten, Anhang: Textziffer 22 4) Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit 5) Jahresschlusskurs ÷ Ergebnis je Aktie 6) Jahresschlusskurs ÷ Cashflow je Aktie 7) Vorschlag

Quelle: DPWN (2009a: 37)

3.5. Anzahl der Mitarbeiter weltweit

Zum 31. Dezember 2008 beschäftigte der Konzern 451.515 Vollzeitkräfte. Die Zahl der Mitarbeiter weltweit entwickelte sich wie folgt (Stichtag 31. Dezember eines Jahres).

Anzahl der Mitarbeiter

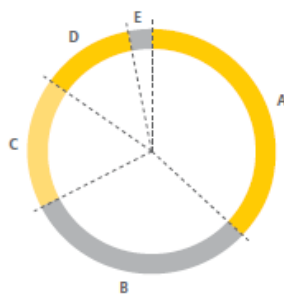
	2007	2008	+/- %
Fortgeführte Geschäftsbereiche			
Am Jahresende			
Kopfzahl ¹⁾	512.147	512.536	0,1
Auf Vollzeitkräfte umgerechnet ²⁾	453.626	451.515	-0,5
Nach Segmenten			
BRIEF	145.458 ³⁾	142.674	-1,9
EXPRESS	112.727	108.275	-3,9
GLOBAL FORWARDING/FREIGHT	39.200 ³⁾	41.499	5,9
SUPPLY CHAIN/CIS	140.694 ³⁾	143.786	2,2
Corporate Center/Anderes	15.547 ³⁾	15.281	-1,7
Nach Regionen			
Deutschland	170.258	167.816	-1,4
Europa (ohne Deutschland)	133.137	136.649	2,6
Nord-, Mittel- und Südamerika	87.185	78.212	-10,3
Asien/Pazifik	51.852	55.182	6,4
Übrige	11.194	13.656	22,0
Im Jahresdurchschnitt			
Kopfzahl	500.252	511.292	2,2
Arbeitnehmer	443.584	456.149	2,8
Beamte	52.809	51.304	-2,9
Auszubildende	3.859	3.839	-0,5
Auf Vollzeitkräfte umgerechnet	447.626	456.716	2,0
Aufgegebene Geschäftsbereiche	21.474³⁾	21.127	-1,6

1) Mit Auszubildenden 2) Ohne Auszubildende 3) Angepasst

Quelle: DPWN (2009: 73)

Mitarbeiter nach Regionen^{1), 2)}

A	37,2%	Deutschland
B	30,3%	Europa ohne Deutschland
C	17,3%	Nord-, Mittel- und Südamerika
D	12,2%	Asien/Pazifik
E	3,0%	Übrige



1) Zum 31. Dezember 2008; auf Vollzeitkräfte umgerechnet
2) Fortgeführte Geschäftsbereiche

Mehr als ein Drittel der Belegschaft der DPAG ist in Deutschland in einem der Unternehmensbereiche BRIEF und DHL beschäftigt, „wobei die Beschäftigung hier rückläufig ist.“

Quelle: DPWN (2009: 74)

3.5.2. Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmensbereich BRIEF

Im Jahr 2007 waren im Unternehmensbereich BRIEF 145.458 Mitarbeiter beschäftigt. Im Jahr 2008 „(...) hat sich die Zahl der Mitarbeiter um 1,9 % auf 142.674 verringert. Die Zahl der Vollzeitkräfte ist vor allem in Deutschland gesunken, nachdem wir hier die Produktivität gesteigert haben. Durch weitere Umgestaltung des Filialnetzes ist zudem die Zahl der Mitarbeiter gesunken.“ (DPWN 2009: 73) Im Durchschnitt (Teilzeitkräfte auf Vollzeitkräfte umgerechnet) waren 2007 149.602 und 2008 146.184 Mitarbeiter in diesem Segment beschäftigt.

3.5.3. Anzahl der Beamten

Die Zahl der Beamten ist von im Durchschnitt 52.809 im Jahr 2007 auf 51.304 im Jahr 2008 um 2,9 Prozent gesunken (DPWN 2009: 73).

3.6. Mindestlohn

Am 1. Januar 2008 ist die Verordnung über zwingende Arbeitsbedingungen für die Branche Briefdienstleistungen⁴ (BriefArbbV) vom 28. Dezember 2007 in Kraft getreten. Der Verordnung liegen als Rechtsnormen die Bestimmungen des zwischen dem Arbeitgeberverband Postdienste e.V. und der Ver.di (Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft) abgeschlossenen Tarifvertrages vom 29. November 2007 über Mindestlöhne für die Branche Briefdienstleistungen zugrunde.

Diese Branche umfasst sämtliche Betriebe und selbständige Betriebsabteilungen, die überwiegend gewerbs- oder geschäftsmäßig Briefsendungen für Dritte befördern. Der Tarifvertrag gilt für alle Arbeitnehmer, die in Betrieben oder selbständigen Betriebsabteilungen im vorgenannten Sinne Briefsendungen befördern (Bundesnetzagentur 2008a).

3.7. Unternehmensbereich BRIEF

3.7.1. Geschäftsfelder

Der Unternehmensbereich BRIEF gliedert sich in die Geschäftsfelder:

- Brief Kommunikation
- Dialog Marketing
- Presse Services
- Paket Deutschland
- Filialen
- Global Mail
- Renten Service

4 Bundesanzeiger 2007 Nr. 242 S. 8410

3.7.2. Kennzahlen des Unternehmensbereichs BRIEF 2008

		2008
Umsatz	Mio €	14.393
davon Brief Kommunikation	Mio €	6.031
Dialog Marketing	Mio €	2.856
Presse Services	Mio €	826
Paket Deutschland	Mio €	2.583
Global Mail	Mio €	1.997
Filialen	Mio €	815
Renten Service	Mio €	89
Konsolidierung/Sonstiges	Mio €	-804
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT)	Mio €	2.253
Umsatzrendite¹⁾	%	15,7
Mitarbeiter²⁾		146.184
Haushalte	Mio	39
Geschäftskunden	Mio	3
Nationale Briefe je Werktag	Mio	70
Nationale Pakete je Werktag	Mio	2,5
Internationale Sendungen	Mio	7.457
Brieflaufzeiten³⁾	%	> 95
Paketlaufzeiten³⁾	%	90
Produktionsstätten		162
Filialen		13.650
Verkaufsstellen		2.200
Wochenöffnungszeiten (im Durchschnitt)	Stunden	43
Packstationen		1.400
Paketboxen		1.000
Briefmarkenautomaten		3.700

1) EBIT/Umsatz

2) Vollzeitkräfte zum Stichtag

3) Prozentsatz aller Briefe und Pakete in Deutschland, die am Tag nach ihrer Einlieferung ihren Empfänger erreichen.

Quelle: DPAG (2009c)

3.7.3. Brieflaufzeiten

Die Post-Universaldienstleistungsverordnung⁵ (PUDLV) legt die Qualitätsmerkmale für die Briefbeförderung, die so genannten Brieflaufzeiten, fest (§ 2 PUDLV). Danach müssen von den an einem Werktag eingelieferten inländischen Briefsendungen (mit Ausnahme der Sendungen, die eine Mindesteinlieferungsmenge von 50 Stück je Einlieferungsvorgang voraussetzen) im Jahresdurchschnitt mindestens 80 Prozent an dem am ersten auf den Einlieferungstag (E) folgenden Werktag (E + 1) und 95 Prozent bis zum zweiten auf den Einlieferungstag folgenden Werktag (E + 2) ausgeliefert werden.

Hierzu schreibt die DPAG in ihrem aktuellen Geschäftsbericht: „Bei der Laufzeit von Briefen in Deutschland haben wir unser sehr gutes Vorjahresergebnis auch 2008 wieder erreicht: Mehr als 95 % der Briefe, die uns während der täglichen Annahmezeiten oder bis zur letzten Briefkastenleerung erreichen, erhält der Empfänger bereits am nächsten Tag.“ (DPWN 2009: 81)

Die Netzagentur hat 2005 eine Statistik zu den Brieflaufzeiten veröffentlicht.

Brieflaufzeiten aus Sicht des Verbrauchers bis Ende 2004

Zeitraum	E+1[%]*	E+2[%]**
Vorgaben PUDLV	80,0	95,0
2001 (Jahresdurchschnitt)	86,6	98,8
2002 (Jahresdurchschnitt)	86,9	98,9
2003 (Jahresdurchschnitt)	86,8	98,8
2004 (Jahresdurchschnitt)	87,9	99,5
1. Quartal 2004	86,9	98,7
2. Quartal 2004	88,3	98,9
3. Quartal 2004	88,5	99,0
4. Quartal 2004	87,8	98,8

* Anteil der Briefe mit einer Laufzeit von E + 1 (Einlieferungstag + 1 Werktag)

** Anteil der Briefe mit einer Laufzeit von maximal E + 2 (Einlieferungstag + 2 Werktage)

Quelle: Bundesnetzagentur (2005)

5 Post-Universaldienstleistungsverordnung vom 15. Dezember 1999 (BGBl. I S. 2418), zuletzt geändert durch Artikel 3 Absatz 26 des Gesetzes vom 7. Juli 2005 (BGBl. I S. 1970).

3.7.4. Filialnetz

Auch die Größe des Filialnetzes bzw. der so genannten stationären Einrichtungen ist in der Post-Universaldienstleistungsverordnung gesetzlich geregelt (§ 2 PUDLV).

Laut Geschäftsbericht 2008 gibt es in Deutschland derzeit 13.650 Filialen (Deutsche Post Filialen, Partner-Filialen, Paketservice-Filialen), die die Dienstleistungen der Deutschen Post sowie Postbankdienstleistungen anbieten. Ferner gibt es 1.400 Packstationen und 1.000 Paketboxen sowie rund 2.200 Verkaufspunkte für Brief- und Paketmarken. Außerdem unterhält die DPAG rund 6.200 Automaten (hierzu gehören auch die 3.700 Briefmarkenautomaten, aber auch die Packstationen und Paketboxen werden hier hinzugerechnet).

Die Verteilung der Brief- und Paketsendungen werden von 82 Brief- und 33 Paketzentren in einer Sechstageswoche übernommen.

BRIEF in Zahlen

• Haushalte: 39 Mio
• Geschäftskunden: 3 Mio
• Filialkunden: 2 bis 3 Mio je Werktag
• Nationale Briefe: 70 Mio je Werktag
• Nationale Pakete: 2,5 Mio je Werktag
• Internationale Sendungen: 7.457 Mio
• Produktionsstätten: 162
• Filialen: 13.650
• Verkaufspunkte: 2.200
• Packstationen: 1.400
• Paketboxen: 1.000
• Briefmarkenautomaten: 3.700
• Wochenöffnungszeit: Ø 43 Std.

„Im Vergleich zum Vorjahr hat sich dank der Kooperation mit dem Handel die durchschnittliche Wochenöffnungszeit um eine Stunde auf 43 Stunden verlängert. Bevor es Partner-Filialen gab, lag diese Zahl bei 18 Wochenstunden.“ (DPWN 2009: 81)

Quelle: DPWN (2009: 81)

Die 13.650 Filialen der DPAG gliedern sich in rund **500 Post-Filialen**, die von der DPAG betrieben werden und die die Grundversorgung ergänzt um spezielle (Brief-) Produkte anbieten. Diese Filialen sollen bis 2011 schrittweise in so genannte Partner-Filialen umgewandelt werden. Derzeit gibt es rund **12.000 Partner-Filialen**. Diese seit 1993 existierende Form der Post-Filiale ist eine Kooperation mit Einzelhändlern, die zu ihrem Hauptgeschäft zusätzlich Postdienstleistungen anbieten. Die Dienstleistungen sind allerdings nicht in jeder der Partner-Filialen identisch, sondern variieren je nach Standort und Kundennachfrage (DPAG 2009d).

Weiter gehören zum Filialnetz des Unternehmensbereichs **855 Filialen der Postbank**, die zusätzlich zu dem eigentlichen Bankgeschäft Dienstleistungen aus dem Postbereich anbieten.

Für Geschäftskunden gibt es darüber hinaus rund **200 spezielle Postannahmestellen** (100 für kleine und mittlere Unternehmen, 100 für Großkunden).

In der Erprobungsphase befinden sich zurzeit so genannte **Verkaufspunkte** für Brief- und Paketmarken. Einzelhändler bieten hierbei nicht die komplette Postdienstleistung an, sondern verkaufen nur Brief- und Paketmarken. Für den ländlichen Raum wird getestet, inwieweit ein **Mobiler**

Post-Service in Form des Postboten als Alternative zur Filiale angenommen wird. Ein weiteres Projekt ist **Post24/7**. Damit ist eine Post-Serviceinsel ohne Personal gemeint. Es stehen Briefmarkenautomaten, Briefkästen, Packstationen etc. an einem Ort 24 Stunden sieben Tage die Woche zur Verfügung. In Berlin und Bonn gibt es diese mitarbeiterlosen Einrichtungen bereits.

3.7.5. Anzahl Briefkästen

Die Post-Universaldienstleistungsverordnung schreibt in den definierten Qualitätsmerkmalen auch die Anzahl der Briefkästen, deren Lage sowie den Leerungsrhythmus vor:

§ 2 Nr. 2 PUDLV zu Briefkästen

Briefkästen müssen so ausreichend vorhanden sein, dass die Kunden in zusammenhängend bebauten Wohngebieten in der Regel nicht mehr als 1.000 Meter zurückzulegen haben, um zu einem Briefkasten zu gelangen. (...) Briefkästen (...) sind auch andere zur Einlieferung von Briefsendungen geeignete Vorrichtungen.

§ 2 Nr. 2 PUDLV zur Leerung

Briefkästen sind jeden Werktag sowie bedarfsgerecht jeden Sonn- und Feiertag so zu leeren, dass die (...) Qualitätsmerkmale eingehalten werden können. Dabei sind die Leerungszeiten der Briefkästen an den Bedürfnissen des Wirtschaftslebens zu orientieren; die Leerungszeiten und die nächste Leerung sind auf den Briefkästen anzugeben.

Im Jahr 2004 hat die DPAG in einer Selbstverpflichtung erklärt, sie wolle bis zum Ablauf der Exklusivlizenz bundesweit rund 108.000 Briefkästen bereit stellen (BT-Drs. 15/3186: 3).

4. Postdienstleistungssektor in Europa

In der Veröffentlichung „Postal Services in Europe 2006“ sind die von Eurostat erhobenen Wirtschaftsdaten zum Postbinnenmarkt im Ländervergleich veröffentlicht (**Anlage 4**).⁶

4.1. Postrichtlinie

Durch die 1. Postrichtlinie 97/67/EG⁷ aus dem Jahr 1997 soll der europäische Binnenmarkt auf dem Postsektor vollendet werden. Die Richtlinie hat als Regulierungsrahmen das Ziel, den Bür-

⁶ Sämtliche Entwicklungen auf dem Postbinnenmarkt sowie in den einzelnen EU-Mitgliedstaaten werden in der ECORYS-Studie „Main developments in the postal sector 2006 – 2008“ beschrieben. Außerdem werden in der Studie Australien, Japan, Neuseeland und die USA dargestellt (ECORYS 2008).

gern effiziente, zuverlässige Qualitätspostdienste zu erschwinglichen Preisen zur Verfügung zu stellen (KOM 2009).

Überarbeitet wurde die Postrichtlinie von 1997 mit der 2. Postrichtlinie 2002/39/EG⁸. Sie legt die weitere Vorgehensweise zur kontrollierten Marktöffnung fest, öffnet den grenzüberschreitenden Wettbewerb ab dem 1. Januar 2003 und erlaubt den Mitgliedstaaten, bestimmte Briefsendungen vom Wettbewerb auszuschließen:

- ab 1. Januar 2003 Briefsendungen bis 100 Gramm, deren Preis unter dem Dreifachen des Standardtarifs liegt, (dies entspricht einer geschätzten Marktöffnung von 9 %);
- ab 1. Januar 2006 Briefsendungen bis 50 Gramm, deren Preis unter dem Zweieinhalbfachen des Standardtarifs liegt, (dies entspricht einer zusätzlichen geschätzten Marktöffnung von 7 %).

Als provisorisches Datum der Vollendung des Post-Binnenmarktes wurde der 1. Januar 2009 bestimmt.

Die nächste Überarbeitung der Postrichtlinie fand 2008⁹ statt (3. Postrichtlinie). Jetzt wurde als Zielhorizont für die vollendete Marktöffnung das Jahr 2010 festgelegt. Die Mitgliedstaaten müssen bis dahin sämtliche reservierten Bereiche¹⁰ abschaffen. Dies wird 16 Staaten, die rund 95 Prozent des Postmarktes der EU repräsentieren, betreffen (KOM 2009). Allerdings können die neuen Mitgliedstaaten sowie Griechenland und Luxemburg einen Übergangszeitraum nutzen und die Marktöffnung bis Anfang 2013 verschieben.

4.2. Liberalisierung in Deutschland

Postdienstleistungen werden als privatwirtschaftliche Tätigkeiten durch die DPAG und andere private Anbieter erbracht, da auf Grund der gesetzlichen Regelungen grundsätzlich jeder berechtigt ist, Postdienstleistungen am Markt anzubieten. Für das Erbringen bestimmter Postdienstleistungen ist nach dem Postgesetz eine Lizenz erforderlich (Erlaubnisvorbehalt). Auf deren Erteilung besteht ein Rechtsanspruch, sofern die Lizenzierungsvoraussetzungen erfüllt sind. Die Anzahl der Lizenzen ist nicht beschränkt (Bundesnetzagentur 2008). Allerdings ist der Postmarkt noch immer ein zu regulierender Markt.

7 Richtlinie 97/67/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Dezember 1997 über gemeinsame Vorschriften für die Entwicklung des Binnenmarktes der Postdienste der Gemeinschaft und die Verbesserung der Dienstqualität. ABl. EG L 15/14.

8 Richtlinie 2002/39/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. Juni 2002 zur Änderung der Richtlinie 97/67/EG im Hinblick auf die weitere Liberalisierung des Marktes für die Postdienste in der Gemeinschaft. ABl. EG L 176/21.

9 Richtlinie 2008/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Februar 2008 zur Änderung der Richtlinie 97/67/EG im Hinblick auf die Vollendung des Binnenmarktes der Postdienste der Gemeinschaft. ABl. EG L 52/3.

10 Hierbei handelt es sich um jenes Segment der Postdienste, das (öffentlichen oder auch privaten) Postbetreibern vorbehalten ist, die innerhalb der nationalen Grenzen Universaldienste erbringen (KOM 2009).

In Deutschland ist die Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen (Bundesnetzagentur) als Regulierungsbehörde u.a. auch für die Liberalisierung des Postmarktes zuständig. Seit dem 1. Januar 2008 ist der Briefmarkt vollkommen liberalisiert und damit dem Wettbewerb geöffnet. Bis zu diesem Zeitpunkt hatte die DPAG eine so genannte Exklusivlizenz für die alleinige Beförderung von bestimmten Briefsendungen (§ 51 Absatz PostG). Allerdings können schon seit 1998 Mitwettbewerber Briefe bis 1.000 Gramm befördern, sofern sie eine Lizenz der Bundesnetzagentur besitzen.

Die DPAG wird auch nach der gänzlichen Liberalisierung des Postmarktes weiterhin eine monopolartige Stellung auf relevanten Märkten der lizenzpflichtigen Postdienstleistungen innehaben, denn ihr Marktanteil betrug 2008 rund 90 Prozent.

Die Bundesnetzagentur führt in regelmäßigen Abständen Marktuntersuchungen durch.

4.3. Stand der Liberalisierung in Europa

Zur Umsetzung der Postrichtlinie stellt die Kommission in ihrem 4. Bericht fest, dass alle Mitgliedstaaten die 1. bzw. die 2. Postrichtlinie in Primär- und Sekundärrecht umgesetzt haben. Vollständig ihren Postmarkt geöffnet, d.h. den reservierten Bereich abgeschafft haben Deutschland (2008), Finnland, Schweden und Großbritannien (2006). Die Niederlande dagegen haben die Liberalisierung verschoben, ohne ein konkretes Datum für die vollständige Marktöffnung zu bestimmen (KOM 2008a: 5).

Im Anhang zum 4. Bericht wird der Grad der Umsetzung der Postrichtlinie in den EU-Mitgliedstaaten beschrieben:

Table 3 – Services reserved for the USP in the Member States:

MS	Domestic & inbound cross border	Direct mail	Outgoing cross border
DE, FI, SE, UK	Liberalised		
AT, CZ, EE, NL, SI	X		
BG, IT, ES	X		X
BE, DK, FR, IE, LT	X	X	
CY, GR, HU, LU, LV MT, PL, PT, RO, SK	X	X	X

NB: Reservable areas in the weight and price limits of Article 7(1) of the Postal Directive.

Domestic & inbound cross border = im Inland und aus dem Ausland ins Inland verschickte Post

Outgoing cross border = ins Ausland verschickte Post

Direct Mail = Massensendungen

Quelle: KOM (2008b: 16)

4.4. Preisbildung und Preisentwicklung für die Postdienste in der EU

Artikel 12 der Postrichtlinie von 1997 bestimmt, dass die Mitgliedstaaten dafür Sorge zu tragen haben, dass die Preise für die einzelnen Universaldienstleistungen für die Nutzer erschwinglich sind. D.h. Preise sollen transparent, nichtdiskriminierend und so an den Kosten orientiert kalkuliert sein, dass sie es allen Nutzern ermöglichen, Zugang zu diesen Diensten zu haben. Dabei kann ein Einheitstarif festgelegt werden.

4.4.1. Entgeltgenehmigung in Deutschland

Entgelte, die ein Lizenznehmer auf einem Markt für lizenzpflichtige Postdienstleistungen erhebt, müssen gemäß § 19 Postgesetz (PostG) von der Bundesnetzagentur genehmigt werden. Unter die Preisgenehmigung fällt das Porto für die Beförderung von Briefsendungen mit einem Einzelgewicht von bis zu 1.000 Gramm. Hierzu verwendet die Bundesnetzagentur das Price-Cap-Verfahren oder entscheidet im Rahmen eines Einzelgenehmigungsverfahrens.¹¹ Geregelt ist dies in der Post-Entgeltregulierungsverordnung¹² (PEntgV).

4.4.2. Preisentwicklung in Europa

Zur Entwicklung der europäischen Preise bei Briefsendungen stellt die KOM in ihrem 4. Bericht fest: „Die Preise für private Briefsendungen sind in den letzten Jahren im Allgemeinen gestiegen, während die Preise für Geschäftskunden (auf die drei Viertel des Postvolumens entfallen) insgesamt zurückgegangen sind. Allerdings sind die Verbraucher mit der Qualität der Postdienste weitgehend zufrieden und halten die Preise trotz ihres Anstiegs im Großen und Ganzen für akzeptabel. Indessen gibt es in Europa beim Porto große Unterschiede. So reichte Anfang 2004 der durchschnittliche Briefmarkenpreis für Briefsendungen bis 20 Gramm von 0,15 EUR in Malta bis 0,65 EUR in Finnland. In der Regel halten überdurchschnittliche Portopreise die Kunden jedoch nicht von der Nutzung der Postdienste ab, und im Durchschnitt belaufen sich die jährlichen Postausgaben pro Verbraucher (in den sechs teuersten Mitgliedstaaten) lediglich auf etwa 47 EUR oder 0,1 Prozent des durchschnittlichen Jahreseinkommens.“¹³ (KOM 2009)

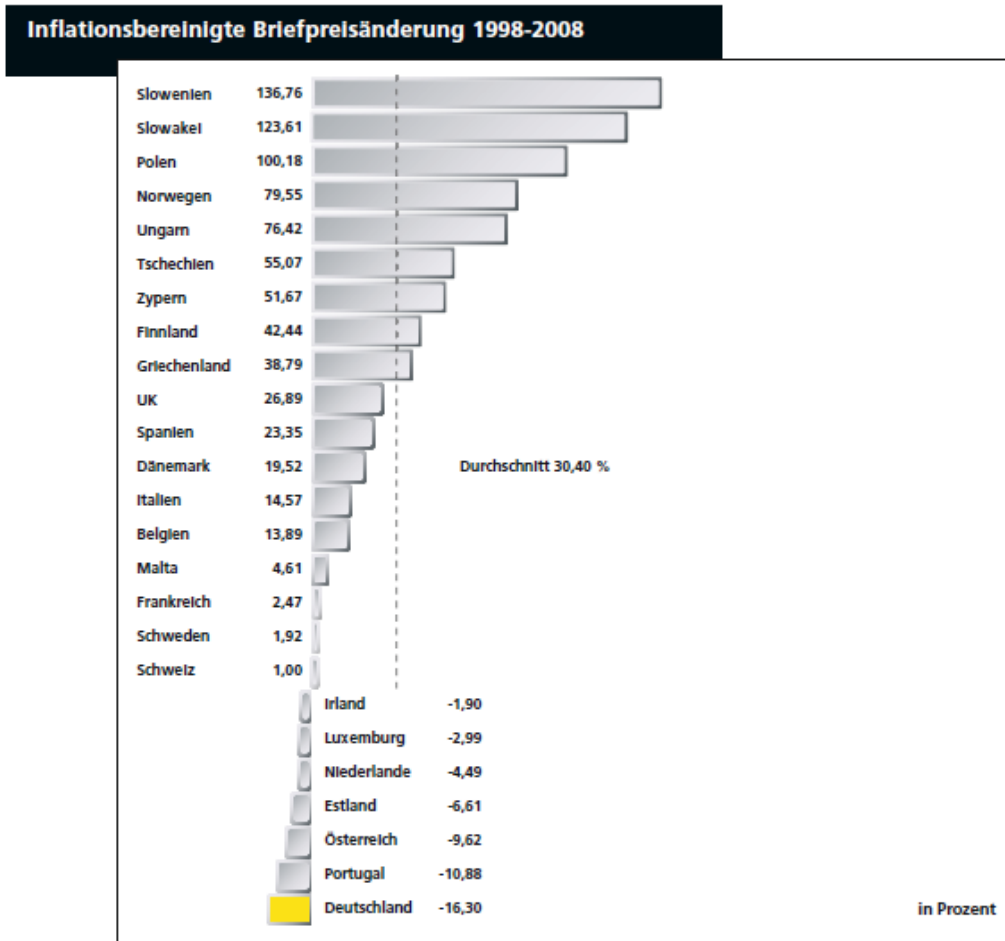
Auch die DPAG hat die Entwicklung der Briefpreise (Standardbrief Inland) in Europa für den Zeitraum von 10 Jahren untersucht und eine ausführliche Preisstudie im März 2009 veröffentlicht (DPAG 2009e). Darin kommt sie zu dem Ergebnis, dass im europäischen Durchschnitt der Briefpreis im Zeitraum von 10 Jahren real um 30 Prozent gestiegen ist. Während in Norwegen beispielsweise ein inflationsbereinigter Anstieg um knapp 80 Prozent zu verzeichnen ist, ist in Deutschland der Briefpreis im gleichen Zeitraum um 16,3 Prozent gesunken.

11 Vgl. hierzu ausführlich Price-Cap-Regulierung 2008 – Eckpunktepapier (Bundesnetzagentur 2008b).

12 Post-Entgeltregulierungsverordnung vom 22. November 1999 (BGBl. I S. 2386)

13 Vgl. hierzu ausführlich KOM (2008b: 20 ff.).

Briefpreisentwicklung 1998 – 2008 in Europa



Quelle: Deutsche Post DHL (2009e)

Preis & Arbeitszeit für Briefporto		
Jahr	Preis in Euro	Arbeitszeit in Min.
1960	0,10	5
1991	0,51	3
2005	0,55	2

Das Briefporto für einen Brief, der in Deutschland verschickt wird, stieg von 10 Cent im Jahr 1960 auf 55 Cent im Jahr 2005. Allerdings mussten 1960 fünf Minuten dafür gearbeitet werden, während es 2005 nur noch zwei Minuten waren.

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) zitiert in: T-Online (2009)

4.5. Mehrwertsteuerbefreiung von Postdiensten in der EU

Eine Umsatzsteuerbefreiung bzw. eine Mehrwertsteuerbefreiung für Postdienstleistungen existiert in folgenden EU-Mitgliedstaaten:

Dienstleistung mit Mehrwertsteuerbefreiung	EU-Mitgliedstaat
alle Postdienstleistungen	Großbritannien, Irland, Österreich, Polen, Portugal und Zypern
Universaldienstleistungen	Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Frankreich, Griechenland, Italien, Luxemburg, Malta, Niederlande, Rumänien, Slowakei, Tschechien und Ungarn
Briefdienstleistungen	Litauen
reservierte Dienstleistungen	Lettland und Spanien
keine Mehrwertsteuerbefreiung	Finnland, Schweden und Slowenien

Quelle: DPAG zitiert in: Stuppert (2009)

5. Postprivatisierung in Japan

In Japan wurden bei den Privatisierungsbemühungen der drei Postdienste (Post-, Versicherungs- und Finanzdienst) sowohl ökonomische als auch politische Ziele verfolgt. Zum einen sollten durch eine privatisierte Post mehr Wettbewerb in der Finanz- und Logistikbranche geriert und dadurch die Effektivität erhöht, die Kosten reduziert und die Qualität verbessert werden. Zum anderen sollte das Staatsunternehmen dem Einfluss der Politik entzogen werden.

Ein erster Schritt zu einer Marktöffnung war 2003 die Umwandlung des Staatsunternehmens in das öffentliche Unternehmen Japan Post Corp. (Japan Post). Heute ist die Japan Post eine Holding mit der Rechtsform einer Aktiengesellschaft, deren Aktien sich zu 100 Prozent in Staatsbesitz befinden. Die nun vier Sparten der Holding – Schalterdienste, Postdienste, Postbank und Postversicherung – sollten ab 2010 getrennt an die Börse gehen.


Zwischenzeitlich hat allerdings ein Politikwechsel stattgefunden und die Privatisierung wurde im Oktober 2009 gestoppt. Die Japan Post soll künftig als gemeinnütziges Unternehmen operieren und „für das Leben der Menschen da sein und die Gemeinden revitalisieren“ (Hirano 2009). Jetzt soll die bereits 2007 neu organisierte Japan Post umstrukturiert und die drei Bereiche Postbank, Postversicherung und Postdienste sollen wieder unter einem einheitlichen Management geführt werden, „um eine landesweit gleichwertige Versorgung der Postkunden mit Brief- und Finanzdienstleistungen zu gewährleisten und die kriselnden lokalen Volkswirtschaften zu beleben.“ (Kölling 2009)

Als ein Grund für das Ende der Privatisierungsanstrengungen wird in der Presse kolportiert, dem neu gewählte Premierminister Hatoyama sei es besonders wichtig gewesen, die kleinen Postämter

in den Dörfern zu erhalten, die als eine Art sozialer Treffpunkt auf dem Lande fungieren. Außerdem habe eine Einschränkung der Dienste zu einer ungleichen Entwicklung zwischen Land und Stadt beigetragen, argumentiert die Regierung Hatoyama (manager-magazin 2009).

Mayer-Kuckuk (2009) schreibt: „Das Hin und Her um die Post ist ein weiterer Mosaikstein in der neuen japanischen Wirtschaftspolitik. Die frisch gewählte Regierung hat einen antikapitalistischen Kurs eingeschlagen. Postreformminister Shizuka Kamei kommt aus einer Partei, die sich aus Protest gegen die Privatisierung gegründet hatte. Diese ‚Neue Volkspartei‘ befindet sich derzeit mit Hatoyamas Demokratischer Partei Japans in einer Koalition.“

Während der japanische Ökonom Miwa derzeit kaum negative Folgen für den japanischen Finanzsektor befürchtet, da die Privatisierung noch nicht sehr weit realisiert gewesen sei (Mayer-Kuckuk 2009), sehen andere Wirtschaftswissenschaftler mögliche Schäden für den Finanzsektor und damit für die japanische Volkswirtschaft voraus. „Der Chefvolkswirt der Bank Credit Suisse, Hiromochi Shirakawa, sagte, die notwendige Deregulierung des Finanzsektors werde verzögert. Das Fortbestehen der Postbank in staatlicher Hand werde dazu führen, dass die im internationalen Vergleich zu niedrigen Margen der privaten Geschäftsbanken zusätzlich unter Druck gerieten. Masamichi Adachi, Ökonom der Bank J.P. Morgan, hofft, dass der Beschluss nicht das Signal hin zu einer sozialistischen Politik der großen Staatseingriffe sei. Er setzt darauf, dass die Regierung die Privatisierungspläne später wiederaufnehmen werde. Die Möglichkeit dazu besteht, denn die Gruppenunternehmen der Post behalten ihre aktienrechtliche Hülle.“ (Frankfurter Allgemeine 2009)



6. Anlagen

Anlage 1: Daten & Fakten (DPAG 2009b)

Anlage 2: Schrittweise Reduzierung der Bundesbeteiligungen an der Deutsche Post AG (BMF 2009a)

Anlage 3: Mehrjahresübersicht (DPWN 2009)

Anlage 4: Postal Services in Europe 2006 (Eurostat 2008)

7. Quellen

BMF (2009a). Beteiligungspolitik Deutsche Post AG. Bundesministerium der Finanzen. 12.5.2009. Im Internet:

http://www.bundesfinanzministerium.de/nn_3998/DE/Wirtschaft_und_Verwaltung/Bundesliegenschaften_und_Bundesbeteiligungen/Privatisierungs_und_Beteiligungspolitik/Deutsche_Post_AG/1821,templateId=renderPrint.html [Stand: 14.12.2009].

BMF (2009b). Rückführung der Bundesbeteiligungen Deutsche Post AG. Bundesministerium der Finanzen. 30.4.2009. Im Internet:

http://www.bundesfinanzministerium.de/nn_3998/DE/BMF_Startseite/Service/Downloads/Abt_VIII/Bundesbeteiligungen_3B_20DPAG,templateId=raw.property=publicationFile.pdf [Stand: 14.12.2009].

BT-Drs. (15/3186). Unterrichtung der Bundesregierung: Selbstverpflichtung der Deutschen Post AG zur Erbringung bestimmter Postdienstleistungen. 25.5.2004.

Bundesnetzagentur (2005). Brieflaufzeiten. Im Internet:

http://www.bundesnetzagentur.de/enid/2af87e7340b951fc24239bdfce7f6bbb,0/Regulierung_Postmarkt/Brieflaufzeiten_8k.html [Stand: 10.12.2009].

Bundesnetzagentur (2008a). Post-Mindestlohn. 12.06.2008. Im Internet:

http://www.bundesnetzagentur.de/enid/2af87e7340b951fc24239bdfce7f6bbb,0/Lizenzen_ge_mae_5_PostG/Post-Mindestlohn_4l2.html [Stand: 11.12.2009].

Bundesnetzagentur (2008b). Price-Cap-Regulierung 2008 – Eckpunktepapier. Im Internet:

<http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/10499.pdf> [Stand: 11.12.2009].

DPAG (2009a). Deutsche Post DHL 1990 – 2009. Im Internet: [http://www.dp-](http://www.dp-dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/entwicklung_des_konzerns.pdf)

[dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/entwicklung_des_konzerns.pdf](http://www.dp-dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/entwicklung_des_konzerns.pdf) Stand: 9.12.2009].

-
- DPAG (2009b). Daten & Fakten. Im Internet: http://www.dp-dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/fact_sheet_konzern_de.pdf;
http://www.dp-dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/fact_sheet_deutsche_post_de.pdf;
http://www.dp-dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/fact_sheet_dhl_de.pdf
[Stand: 9.12.2009].
- DPAG (2009c). Unternehmensbereich BRIEF. Im Internet: <http://www.dp-dhl.com/de/investoren/segmente/brief.html> [Stand: 9.12.2009].
- DPAG (2009d). Einfach praktisch – unsere Filialen ganz in Ihrer Nähe. Im Internet: http://www.deutschepost.de/dpag?tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_DE&xmlFile=1015309 [Stand: 9.12.2009].
- DPAG (2009e). Briefpreise in Europa – Aktueller internationaler Briefpreisvergleich. Im Internet: http://www.dp-dhl.com/content/dam/ueber_uns/publikationen/briefpreise_europa.pdf
[Stand: 10.12.2009].
- DPAG (2009f). Deutsche Post DHL – Kurzporträt. November 2009. Im Internet: http://investors.dp-dhl.com/content/dam/dpdhl/investoren/de/investoren/publikationen/archiv/2009/weitere/publikationen/dp-dhl_factsheet_2009-11-05_de.pdf [Stand: 9.12.2009].
- DPWN (2009). Geschäftsbericht 2008. Deutsche Post World Net. 25. Februar 2009. Im Internet: http://www.dp-dhl.com/content/dam/dpdhl/investoren/de/investoren/publikationen/archiv/2008/finanzpublikationen/dpwn_annual_report_2008_de.pdf [Stand: 9.12.2009].
- ECORYS (2008). Main developments in the postal sector (2006-2008). Final report. Im Internet: http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2008-ecorys-final_en.pdf [Stand: 10.12.2009].
- ECORYS (2008). Main developments in the postal sector (2006-2008). Country sheet summaries. Im Internet; http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2008-country_sheet_summaries.pdf [Stand: 10.12.2009].
- Eurostat (2008). Postal Services in Europe 2006. Data on the Universal Service Providers (USPs). Eurostat – Data in Focus. Nr. 25/2008. Im Internet: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-QA-08-025/EN/KS-QA-08-025-EN.PDF [Stand: 10.12.2009].
- Finanzen.net (2009). Aktienkursentwicklung Deutsche Post AG. Im Internet: http://www.finanzen.net/chart/Deutsche_Post [Stand: 10.12.2009].
- Frankfurter Allgemeine (2009). Japan nimmt nach zwei Jahre die Privatisierung der Post zurück. Printausgabe. 21.10.2009.

Hirano Hirofumi (2009). Zitiert in: Mayer-Kuckuk, Finn (2009). Japan sagt Privatisierung der Post ab. Handelsblatt online. 20.10.2009. Im Internet: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-dienstleister/japan-sagt-privatisierung-der-post-ab;2471352> [Stand: 11.12.2009].

Kölling, Martin (2009) Japan stoppt Privatisierung der Post. In: Der Standard. Printausgabe. 21.10.2009. Im Internet: <http://derstandard.at/1254311984808/Umbau-statt-Verkauf-Japan-stoppt-Privatisierung-der-Post> [Stand: 11.12.2009].

KOM (2008a). Bericht der Kommission an den Rat und das Europäische Parlament über die Anwendung der Postrichtlinie (Richtlinie 97/67/EG, geändert durch die Richtlinie 2002/39/EG) vom 22.12.2008. KOM(2008) 884 endgültig. SEK(2008) 3076.

KOM (2008b). Commission Staff Working Document – Accompanying Document to the Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the Application of the Postal Directive. 22.12.2008. COM(2008) 884 final. SEC(2008) 3076

KOM (2009). EU-Rechtsvorschriften für den Postsektor. Im Internet: http://ec.europa.eu/internal_market/post/legislation_de.htm [Stand: 10.12.2009].

manager-magazin (2009). Post-Chef Nishikawa kündigt Rücktritt an. 21.10.2009. <http://www.manager-magazin.de/koepfe/personalien/0,2828,656437,00.html> [Stand: 11.12.2009].

Mayer-Kuckuk, Finn (2009). Japan sagt Privatisierung der Post ab. Handelsblatt online. 20.10.2009. Im Internet: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-dienstleister/japan-sagt-privatisierung-der-post-ab;2471352> [Stand: 11.12.2009].

 Umsatzsteuerbefreiung für Postdienstleistungen in der EU. Sachstand. Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages. WD 5 – 3000 – 144/09. 14.10.2009

T-Online (2009). Preisentwicklung. Im Internet: <http://www.softwareload.de/c/84/80/94/8480942,si=0.html> [Stand: 10.12.2009].