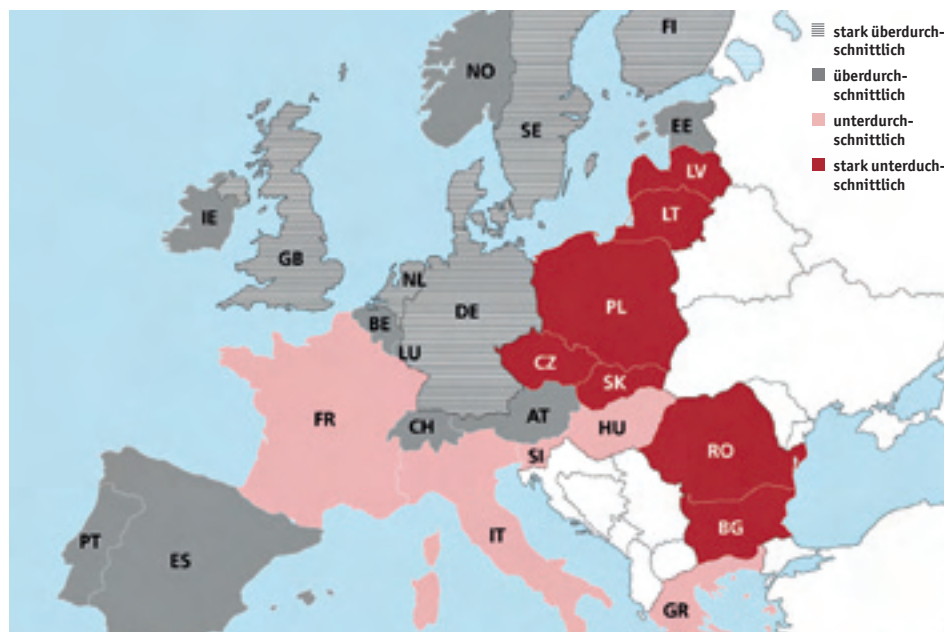


Schweiz für Postmarktöffnung bereits gut gerüstet

Die Wirtschaft ist für eine rasche und vollständige Postmarktöffnung, weil sie im klaren Interesse der Kunden liegt. Im Gegensatz zur weit verbreiteten, jedoch unbegründeten Ansicht, der Universaldienst stelle nur eine finanzielle Last dar, erweist sich der Betrieb eines flächendeckenden Universaldienstes schon heute als ein sehr lukratives Geschäft. Die Schweizerische Post erzielte im Jahre 2006 einen Konzerngewinn von über 800 Mio. Franken. Damit schreibt sie zum neunten Mal in Folge schwarze Zahlen. Im Interesse einer unparteiischen Weiterentwicklung der Postmarktordnung ist das Departement für Umwelt, Verkehr und Energie (UVEK) nun gefordert, endlich Transparenz zu schaffen und die Auswirkungen der kompletten Marktöffnung auf die Finanzierung des Universaldienstes durch eine unabhängige, fachlich anerkannte Stelle prüfen zu lassen. Ohne Kenntnis dieser Fakten beruht jede Neuordnung auf verzerrten Grundlagen.



Dr. Pascal Gentinetta
Mitglied der Geschäftsleitung Economiesuisse,
Zürich



In der PWC-Studie zur Messung der Bereitschaft für eine vollständige Marktöffnung wurden vier Aspekte untersucht: die Postmarkeigenschaften, die Qualität des regulativen und institutionellen Rahmens, die betriebswirtschaftliche «Fitness» des nationalen Universaldienstanbieters sowie der Umfang der Universaldienstverpflichtungen. Die Schweiz gehört zu den überdurchschnittlich gut gerüsteten Ländern. Quelle: PWC 2006

Der wirtschaftliche Erfolg der Schweizerischen Post ist nicht nur den vereinzelt Restrukturierungsbemühungen der Konzernleitung zu verdanken, sondern stammt zu einem nicht unwesentlichen Teil aus der sehr ergiebigen Monopolrente. Es ist damit zu rechnen, dass der Postregulator auch dieses Jahr eine deutliche Überfinanzierung des Universaldienstes der Post ausweisen wird. Jahr für Jahr tragen die Kunden die Kosten des fehlenden Wettbewerbs.

Es ist ein mikroökonomisches Gesetz, dass ein Monopolist wie die Schweizerische Post über Marktanteilverluste bei einer Marktöffnung klagt. Angesichts der überaus komfortablen Ertragsausgangslage des Universaldienstes ist diese Optik allerdings einseitig und für die Ausrichtung der künftigen Postmarktpolitik ungeeignet. Insbesondere werden die betriebswirtschaftlichen Vorteile und Nutzen der aktuellen marktbeherrschenden Position ausgeblendet. Für potenzielle Konkurrenten stellt die vorhandene ausgebaute Infrastruktur – mit ihren zahlreichen Verbundeffekten – eine nicht zu unterschätzende Markteintrittsbarriere dar.

Die Schlüsse einer vor einem Jahr veröffentlichten Studie von Economiesuisse blei-

ben unwidersprochen: Der Universaldienst ist und bleibt bei einer Marktöffnung weiterhin finanziell solid sichergestellt. Selbst eine von der Schweizerischen Post in Auftrag gegebene Studie von PricewaterhouseCoopers kommt zum Schluss, dass die Schweiz im europäischen Vergleich auf eine vollständige Postmarktöffnung insgesamt überdurchschnittlich bereit ist. Dieser Befund bringt neue Argumente für eine rasche Postmarktöffnung in der Schweiz. Die PWC-Studie zeigt insbesondere auf, dass der Schweizer Postmarktpunkt Marktattraktivität besonders dank hohen Mengen an Sendung per Einwohner einsam an der Spitze der europäischen Länder steht. Zudem wird der schweizerische Universaldienstanbieter, das Unternehmen «Schweizerische Post», für eine komplette Marktöffnung organisatorisch als überdurchschnittlich gerüstet eingestuft. Noch besser sind diesbezüglich die entsprechenden Postunternehmen in Holland, Deutschland, Österreich, Luxemburg und in den nordischen Ländern. Beim Kriterium «Universaldienstverpflichtungen» steht die Schweiz eher im Mittelfeld, während beim regulatorischen Gerüst für unser Land ein klarer Rückstand gegenüber den übrigen Ländern ausgewiesen wird.