

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Kurzfassung.....	3
Kapitel 1	
Stand des Wettbewerbs auf den Postmärkten.....	9
1.1 Die Verteilung der Marktanteile im Briefbereich verändert sich kaum	9
1.2 Weitgehend funktionsfähiger Wettbewerb bei Kurier-, Express- und Paketdienstleistungen.....	13
1.3 Die Warendsendung als hybrides Produkt zwischen Brief und Paket ist von wachsender Bedeutung.....	16
Kapitel 2	
Die in Kraft getretene kleine Novelle des Postgesetzes ist unzureichend und bevorteilt die Deutsche Post AG	17
2.1 Die Neuregelung der Entgeltmaßstäbe in § 20 Postgesetz führt zu überhöhten Entgelten für Postdienstleistungen	19
2.2 Die Aufnahme der Preis-Kosten-Schere in das Postgesetz ist zu begrüßen.....	22
2.3 Weiterhin offene Punkte für eine Postgesetznovelle.....	25
2.3.1 Teilleistungszugang auf Warendsendungen und Pressepost erweitern	25
2.3.2 Auskunftsrechte der Bundesnetzagentur anpassen	26
2.3.3 Anpassung der Bußgelder	27
2.3.4 Prüfung der Regulierungsbedürftigkeit von Postmärkten mittels Drei- Kriterien-Tests	27
2.3.5 Abschaffung der Lizenzpflicht	28
2.3.6 Einsichtsrechte der Monopolkommission bei der Bundesnetzagentur im Postbereich	29
Kapitel 3	
Stärkung des Wettbewerbs auf dem Markt für Geschäftskundenbriefe durch mehr Transparenz	31
3.1 Laufzeitverzögerungen transparent gestalten	31
3.1.1 Ursachen von Laufzeitverzögerungen bei Teilleistungsendungen sind unklar ..	31
3.1.2 Eindeutige Zuordnung der Ursachen von Laufzeitverzögerungen ermöglichen	33
3.2 Wettbewerbsvorteile und Diskriminierungspotenzial bei der Vergabe von Einlieferungszeiten in die Briefzentren der Deutsche Post AG aufheben	34

Kapitel 4

Amazons Aktivitäten auf dem Paketmarkt	37
4.1 Die Bedeutung des Onlineshops von Amazon für den Paketmarkt steigt.....	37
4.2 Amazon agiert in verschiedenen Rollen auf dem Paketmarkt	41
4.2.1 Amazon als Onlinehändler mit eigenem Paketzustellnetz	42
4.2.2 Amazon als Onlinehändler und Nachfrager von Paketdienstleistungen.....	42
4.2.3 Amazon als Marktplatzbetreiber und Vermittler von Paketdienstleistungen ..	43
4.2.4 Amazon als Logistikdienstleister	48
4.2.5 Amazon als Logistikdienstleister mit eigenem Paketzustellnetz	51
4.3 Amazon übt positiven Einfluss auf den Wettbewerb im Paketbereich aus, dennoch ist möglicherweise wettbewerbswidriges Verhalten zu untersuchen.....	51
4.3.1 Wettbewerbsdruck im Onlinehandel durch Amazon Prime führt zu Qualitätsverbesserungen im Paketbereich.....	51
4.3.2 Amazons Position als Onlinehändler und Onlinemarktplatzbetreiber führt zu Wettbewerbsvorteilen auf dem Paketmarkt	52
4.3.3 Mögliche wettbewerbsrechtliche Verstöße frühzeitig und umfassend untersuchen.....	54
4.3.4 Derzeit kein Handlungsbedarf auf dem Paketmarkt.....	55

Kapitel 5

Würdigung der Amtspraxis	56
5.1 Maßgrößenverfahren zur Bestimmung der Preisobergrenzen für Privatkundenbriefentgelte der Deutsche Post AG ab 1. Januar 2022	56
5.2 Verfahren zur Entgelterhöhung auf dem Privatkundenpaketmarkt im Jahr 2020	59
5.3 Die erwirkte Abstellung missbräuchlichen Verhaltens der Deutsche Post AG im Rahmen des Pressepostverfahrens des Bundeskartellamtes ist zu begrüßen.....	63

Kapitel 6

Handlungsempfehlungen	65
-----------------------------	----