

# Der österreichische Postmarkt – ein natürliches Monopol?

Alexander Baumgartner<sup>1</sup>

## 1. Das Postmonopol

Dieser Artikel beschäftigt sich mit der Theorie des natürlichen Monopols und der Öffnung des österreichischen Postmarktes.

Der Postmarkt in der Europäischen Union und somit auch in Österreich hat in den letzten Jahren einen deutlichen Wandel erfahren. Aufgrund von Richtlinien der Europäischen Union musste der gesamte Postmarkt in allen Mitgliedstaaten bis 1.1.2011 für alternative Anbieter geöffnet werden. Manche Mitgliedstaaten hatten mit der Öffnung des Postmarktes aufgrund ihrer spezifischen Situation bis zum 1.1.2013 Zeit.

### 1.1. Warum wurde der Postmarkt zum Monopol?

Vor etwa 2000 Jahren begann die Geschichte des Postwesens in Österreich. Damals wurde das Militär und die Verwaltung der römischen Provinz Noricum vom „Cursus Publicus“ mit Nachrichten aus Rom versorgt. Regelmäßige und sichere Postdienste gab es im Mittelalter keine. Erst im Jahr 1490 beauftragte Kaiser Maximilian I. Mitglieder der Familie Taxis, regelmäßig verkehrende Postkurierdienste einzurichten, mit dem Ziel der besseren Kontrolle und Verteidigung des Reiches durch eine bessere Kommunikation mit entfernten Hofoffizieren. Auf Initiative von Franz von Taxis wurde vom Kaiser damals auch die Beförderung von Privatpost erlaubt, womit erstmals ein für alle zugängliches Postwesen – wenn auch noch nicht sehr entwickelt – zur Verfügung stand.

Das Postwesen entwickelte sich zu Beginn im privatwirtschaftlichen Bereich, wenn auch mit Billigung des Kaisers. Um jedoch höhere Staatseinnahmen zu lukrieren, erklärte Kaiser Karl VI. 1722 das Postwesen zum Staats- bzw. Reichsmonopol (Tader, C. 2006, S. 10-14).

Nach diesem kurzen Aufriss über die Entwicklung des Postwesens gilt es jetzt zu erörtern, was dafür spricht, dass der Postmarkt als natürliches Monopol angesehen werden kann und was im Gegenteil dazu nahelegt, dass es sich in Österreich seit Kaiser Karl VI. um ein gewolltes und somit politisch administrativ gestütztes Monopol handelte.

### 1.2. Monopol

Von einem Monopol spricht man, wenn es auf einem Markt genau einen Anbieter gibt.

Klassisch unterscheidet man zwischen drei Arten von Monopolen (Schönbäck, W. 2008, S. 25):

- Monopol aufgrund der Einzigartigkeit eines Produktionsfaktors
- Politisch administrativ gestütztes Monopol
- Natürliches Monopol

#### *Monopol aufgrund der Einzigartigkeit eines Produktionsfaktors*

Ein Monopol aufgrund der Einzigartigkeit eines Produktionsfaktors besteht aufgrund nichtsubstituierbarer Produktionsfaktoren, die sich im Eigentum einer einzigen Unternehmung befinden (Schönbäck, W. 2008, S. 25). Ein Beispiel für solche Monopole stellen Monopole aufgrund von Patenten dar. Durch ein Patent wird den Erfindern das ausschließliche Nutzungsrecht aus ihrer Erfindung während einer bestimmten Zeitperiode eingeräumt. Die Begründung für die Gewährung dieser zeitlich beschränkten Monopole liegt in der Förderung von Erfindungen. Ohne einen derartigen Schutz von Erfindungen wären Individuen und Unternehmen wohl kaum bereit, Geld in Forschung und Entwicklung zu investieren, wenn jede Erfindung sofort von Konkurrenten kopiert werden dürfte (Varian, H. 2011, S. 500).

#### *Politisch administrativ gestütztes Monopol*

Ein politisch administrativ gestütztes Monopol besteht aufgrund eines staatlichen Konkurrenzverbots (Schönbäck, W. 2008, S. 25). Im Postwesen gab es bis zum 01.01.2011 in Österreich einen reservierten Bereich, in dem nur die Österreichische Post AG tätig werden durfte. Somit stellte dieser Bereich ein klassisches politisch administrativ gestütztes Monopol dar. Ob es sich auch um ein natürliches Monopol handelt, soll im weiteren Verlauf dieses Artikels behandelt werden.

#### *Natürliches Monopol*

Ein natürliches Monopol besteht einzig und allein aufgrund herausragender wirtschaftlicher Kraft eines Unternehmens. Großbetriebsvorteile, Verbundvorteile und Versunkene Kos-

<sup>1</sup> Der Artikel basiert auf einer 2011 abgeschlossenen Bachelor-Arbeit und wurde im Sommer 2014 aktualisiert.

ten werden als Gründe für natürliche Monopole angegeben (Schönbäck, W. 2008, S. 25).

*a) Großbetriebsvorteile*

Von Großbetriebsvorteilen spricht man, wenn Inputerhöhungen zu überproportionalen Outputerhöhungen führen. Die Produktionskosten nehmen mit wachsender Ausbringungsmenge nur unterproportional zu, wodurch die Durchschnittskosten sinken (Spelthahn, S. 1994, S. 45).

*b) Verbundvorteile*

Produziert ein Unternehmen zwei oder mehrere Güter bzw. zwei oder mehrere Dienstleistungen, die einander in positiver Weise beeinflussen oder ergänzen, kann das Unternehmen dadurch Kostenvorteile realisieren. Somit ist das Gesamtangebot in der Regel konkurrenzfähiger als ohne Verbundvorteile (Schönbäck, W. 2008, S. 27).

*c) Versunkene Kosten*

Versunkene Kosten stellen bei Marktaustritt unwiederbringliche Investitionsausgaben aus der Vergangenheit dar.

Wenn die versunkenen Kosten in einem Markt hoch sind, bilden sie eine Marktaustrittsbarriere für das alteingesessene Unternehmen und eine Markteintrittsbarriere für neue Wettbewerber (Spelthahn, S. 1994, S. 3).

**Unter welchen Bedingungen liegt ein natürliches Monopol vor?**

Nach der oben angegebenen Definition sind Großbetriebsvorteile, Verbundvorteile und Versunkene Kosten Gründe für ein natürliches Monopol. Es besteht also dann, wenn ein Unternehmen in einem Markt so stark ist, dass Mitbewerber immer unterliegen werden. Vorausgesetzt neuhinzukommende Unternehmen treten in den Markt ein, um darin Gewinn zu machen – und nicht aus anderen Gründen.

In Abbildung 1 sind drei natürliche Monopolmärkte dargestellt, die sich marktspezifisch aufgrund der je eigenen Kombination aus Großbetriebsvorteilen, Verbundvorteilen und irreversiblen Kosten ergeben. Ein natürliches Monopol liegt vor, sobald ein Unternehmen aufgrund herausragender wirtschaftlicher Kraft in einem Markt gegenüber jedem Mitbewerber überlegen ist. Wie die Kombination aus Großbetriebsvorteilen, Verbundvorteilen und irreversiblen Kosten aussieht, ist marktspezifisch. Als vierte Achse wäre der Vollständigkeit wegen noch die „Fähigkeit des Unternehmers“ zu nennen, die einen weiteren wichtigen Faktor zur Unbezwingbarkeit eines Marktes ausmacht.

**Konsumentenausbeutung in Monopolmärkten**

Während in einer Branche bei vollkommenem Wettbewerb ein Preis zustande kommt, der den Grenzkosten entspricht, verlangt ein Monopolist – da er ja seinen Gewinn maximieren möchte – einen Preis, der höher ist als die Grenzkosten. Dies führt in der Regel dazu, dass der Preis höher und der Output niedriger ist, als bei einer Unternehmung, die sich im Wettbewerb befindet. Deshalb spricht man auch von der Ineffizienz des Monopols (Varian, H. 2011, S. 496).

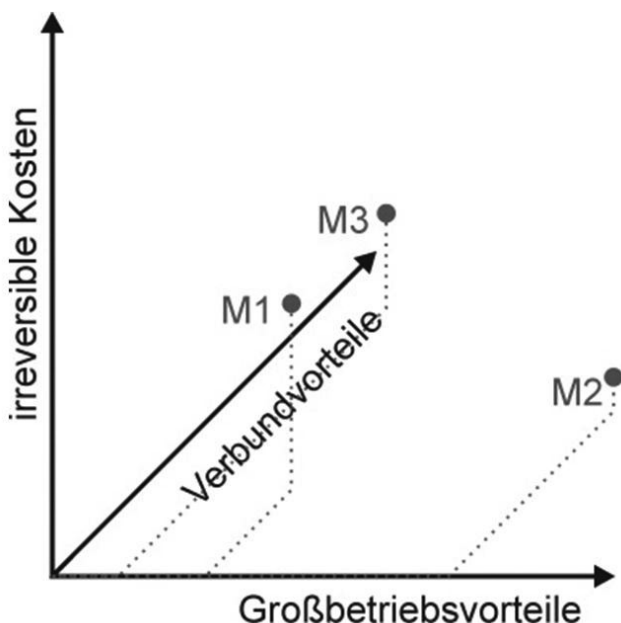
Der geringere Output in Kombination mit einem höheren Preis stellt eine Konsumentenausbeutung und einen Wohlfahrtsverlust dar.

Der Wohlfahrtsverlust entspricht der in Abbildung 2 blau hinterlegten Fläche, der Gewinn des Monopolisten entspricht der grauen Fläche (Varian, H. 2011, S. 499).

Volkswirtschaftlich ist es somit sinnvoll, Anreize zu schaffen, oder den Monopolisten zu zwingen, den Output und den Preis dem Marktniveau anzupassen. Dies geschieht durch die Regulierung von Monopolen.

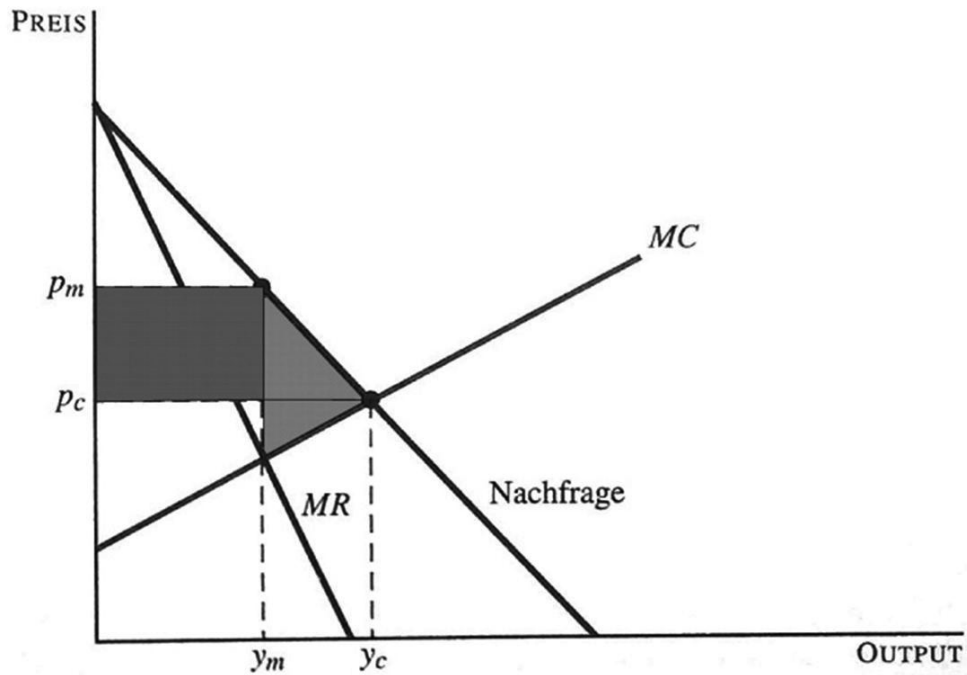
Eine Besonderheit der Ineffizienz von Monopolen ist bei sinkenden Durchschnittskosten gegeben. Dieser Fall ist in Abbildung 3 dargestellt. Wählt der Anbieter am Markt sein Preis- und Outputniveau am Schnittpunkt der Grenzerlöskurve mit der Grenzkostenkurve, entsteht ein Wohlfahrtsverlust. Würde er jedoch sein Preis- und Outputniveau am Schnittpunkt der Grenzkostenkurve mit der Nachfrage wählen, entstünde zwar kein Wohlfahrtsverlust, jedoch ein Verlust beim produzierenden Unternehmen. Um dieses Dilemma zu lösen kann das Unternehmen von einer Aufsichtsbehörde gezwungen werden, einen kostendeckenden Preis bei einer Outputmenge am Schnittpunkt der Durchschnittskosten mit der Nachfrage anzustreben, oder das Unternehmen könnte subventioniert werden, um eine Menge zu erzeugen, bei der kein Wohlfahrtsverlust entsteht.

Nachdem nun die Bedingungen für das Vorliegen eines natürlichen Monopols erklärt wurden und die Konsumenten-



Quelle: Entwurf Schönbäck, W., persönliche Mitteilung.

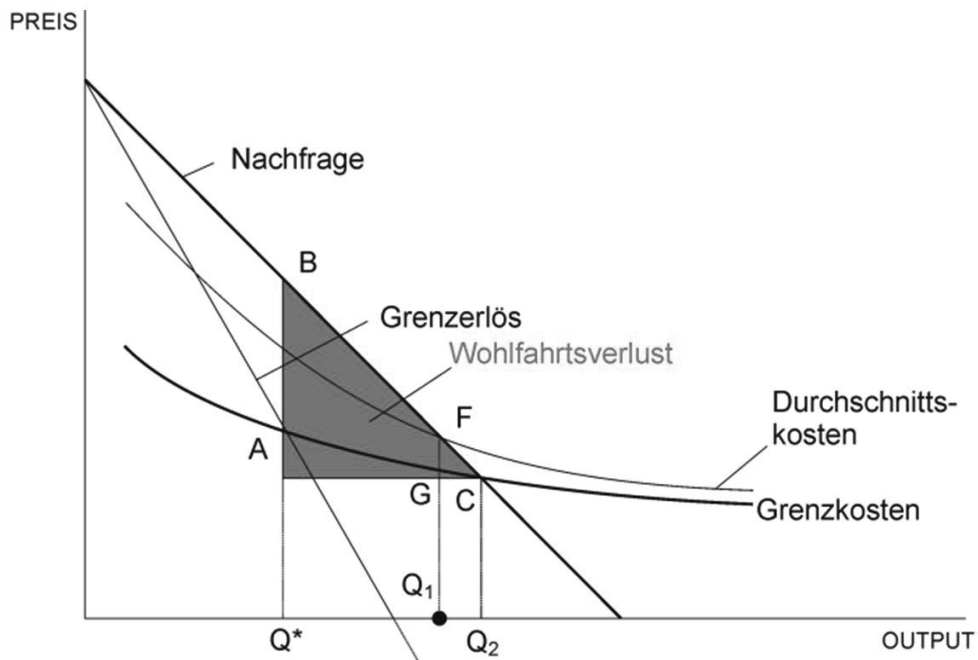
**Abb. 1.** Natürliche Monopolmärkte



MC... Grenzkosten; MR... Grenzerlös;  
 pm... vom Monopolisten angestrebter Preis; pc... Preis bei vollkommenem Wettbewerb;  
 ym... vom Monopolisten angestrebter Output; yc... Output bei vollkommenem Wettbewerb

Quelle: Varian, H. 2011, S. 497, eigene Bearbeitung.

**Abb. 2.** Wohlfahrtsverlust beim Monopol



Q\*... Output bei Monopol; Q1... größtmöglicher Output bei Kostendeckung aus Verkaufserlös; Q2... Preisfestsetzung gemäß Grenzkosten

Quelle: Nach Stiglitz, J. 1989, S. 99, eigene Bearbeitung.

**Abb. 3.** Ineffizienz des Monopols bei sinkenden Durchschnittskosten

ausbeutung in Monopolmärkten mit dem damit zusammen entstehenden Wohlfahrtsverlust dargelegt wurde, sollen die Teilbereiche der Briefpost im nächsten Kapitel auf das Vorliegen der Bedingungen eines natürlichen Monopols hin untersucht werden.

### 1.3. Das Postwesen: Ein Natürliches Monopol?

Um das Vorliegen der Bedingungen für natürliche Monopole im Postwesen untersuchen zu können, müssen die einzelnen postalischen Dienste (Einsammlung, Sortierung, Transportierung, Sortierung, Zustellung) einzeln betrachtet werden.

#### Einsammlung

Es werden parallel verschiedene Formen des Einsammelns von Briefen angewandt. Verbundvorteile kommen bei der Abgabe der Briefe durch den Absender bei Postfilialen, Großannahmestellen, Briefkästen, etc. zum Tragen, da Hausabholung in der Regel unüblich ist. Hohe versunkene Kosten sind nicht vorhanden, da die Flächen der Postfilialen auch anders verwendet werden könnten und Briefkästen geographisch mobil einsetzbar sind (Knieps et al., 2009, S. 92).

#### Sortierung

Sortierprozesse finden heute mehr oder weniger automatisch statt. Häufig werden die gesammelten Sendungen durch eine Kamera einzeln erfasst. Dabei werden die Empfänger und die Formate der Briefe registriert und die Sendungen automatisch nach Zustellort sortiert. Nicht lesbare Anschriften werden aussortiert und händisch nachsortiert. Moderne Sortieranlagen, wie sie zum Beispiel von der Österreichischen Post AG verwendet werden, haben eine Kapazität von bis zu 36.000 Sendungen pro Stunde (Post, 2010a, online). In diesem Teilbereich gibt es Verbund- und Größenvorteile. Hohe versunkene Kosten sind auch in diesem Fall nicht gegeben, da die Gebäude auch für andere Verwendungszwecke eingesetzt werden könnten und die Sortiermaschinen nicht an einen spezifischen geographischen Ort gebunden sind (Knieps et al., 2009, S. 93).

#### Transportierung

Postsendungen müssen in großen Mengen von der Annahmestelle zum Sortierzentrum und von dort zu den Zustellbasen transportiert werden. Größenvorteile spielen in diesem Bereich tendenziell keine Rolle, auch versunkene Kosten liegen nicht vor, da die Transportmittel auch für andere Güter verwendet werden könnten (Knieps et al., 2009, S. 94).

In diesem Bereich dürften jedoch Verbundvorteile durch die gemeinsame Transportierung verschiedener Postsendungen eine Rolle spielen.

#### Zustellung

Ausgehend von den Zustellbasen erfolgt die Zustellung der Sendungen zum Empfänger. Bei der Zustellung spielen Großbetriebs- und Verbundvorteile eine Rolle, hohe versunkene Kosten liegen auch in diesem Teilbereich nicht vor (Knieps et al., 2009, S. 94).

Dennoch dürften die Größen- und Verbundvorteile in diesem Teilbereich sehr ausschlaggebend sein, denn auch in Ländern mit vielen Postdienstleistern gibt es häufig nur wenige Unternehmen, die auch die Zustellung der Sendungen übernehmen. In Österreich zum Beispiel lässt die Hermes Logistik Gruppe, die seit 2007 den Versand und die Zustellung von Paketen in Österreich für Privatkunden anbietet, seit 1.6.2009 die Pakete auch über die Österreichische Post AG zustellen (Post, 2009a).

Seit September 2012 übernimmt die Österreichische Post AG sogar alle postalischen Dienste für Hermes – von Abholung von Paketsendungen aller Hermes Paket-Shops bis zur Zustellung bei den Endkunden (Post, 2012).

### Ein natürliches Monopol?

Die Ergebnisse der Untersuchung der einzelnen Teilbereiche des Postmarktes sind in Tabelle 1 dargestellt. Demnach sind in allen postalischen Aktivitäten Verbundvorteile gegeben, in manchen auch Großbetriebsvorteile, nirgends jedoch relevante versunkene Kosten.

Die Frage, ob dies ausreicht, um den Postmarkt als natürliches Monopol zu klassifizieren, kann an dieser Stelle nicht

**Tab. 1.** Überblick über postalische Teilbereiche

Teilaktivität	Großbetriebsvorteile	Verbundvorteile	versunkene Kosten
Einsammlung	teilweise	ja	nein
Sortierung	ja	ja	nein
Transportierung	teilweise	ja	nein
Zustellung	ja	ja	nein

Quelle: eigene Darstellung

beantwortet werden. Es bleibt abzuwarten, ob sich in den nächsten Jahren alternative Anbieter im liberalisierten Postmarkt etablieren werden.

#### 1.4. Was erwartet man sich von der Liberalisierung?

In den letzten Jahren wurde in vielen Ländern die Frage gestellt, ob die Vorteile oder die Nachteile der Bedienung des Postmarktes durch einen staatsnahen Monopolisten überwiegen.

Dem Vorteil, dass der Monopolist, wie er zumindest selbst behauptet, den Markt günstiger versorgen kann als mehrere Unternehmen, stehen die Nachteile eines Monopolmarktes gegenüber, die zuvor bereits behandelt wurden, und die im Fall der Post durch politische Verflechtungen noch verschärft werden.

Ein ehemaliger Post-Vorstandsdirektor schreibt in einem Aufsatz:

„Monopole tendieren

- zu Sattheitsaufschlägen im Wege von Erlösgarantien durch die hoheitliche Preisregelungsmechanismen,
- zu Fehlleistungen wie Überkapazitäten aus den gleichen Gründen,
- im Falle gemeinwirtschaftlicher Leistungen mit öffentlichen Zuschüssen

zu einem zu geringen Mengenangebot bei überhöhten Preisen [...]. Verschärft wird diese Situation durch die im öffentlichen Eigentum stehende Besitzstruktur. Öffentliche Unternehmen sind mit dem Vorwurf konfrontiert, sie seien Instrumente, die zu Machtmissbrauch durch die politischen Eigentümervertreter zum Nachteil gesamtwirtschaftlicher Interessen herausfordern wie z. B.

- personalpolitischer Interventionismus,
- politische Popularitätskalküle statt betriebswirtschaftlicher Rationalität,
- das Wirtschaften mit fremdem Gut führt zu betriebswirtschaftlicher Ineffizienz“ (Kaniak, J. 2008, S. 230).

Durch die Liberalisierung des Postwesens erhofft man sich einerseits ein effizienteres Agieren der am Postmarkt tätigen Unternehmen, wodurch staatliche Subventionen obsolet werden sollten und andererseits eine Qualitätssteigerung bei der Beförderung von Sendungen.

#### Grundlegende Begriffsdefinitionen

##### *Liberalisierung*

Unter Liberalisierung versteht man grundsätzlich, dass auf Seiten der Anbieter von (öffentlichen) Dienstleistungen oder Gütern die geschützten Bereiche (z.B. Gebietsmonopole) aufgelöst werden und dass sie in Konkurrenz zu anderen Anbie-

tern treten müssen. Auf Seiten der Konsumenten bedeutet es, dass sie freie Wahl für einen Versorger haben.

Für die Einführung von Wettbewerb in einen Markt ist die Liberalisierung ein notwendiger Schritt. Damit in einem Markt jedoch Wettbewerb entsteht, müssen mehrere Unternehmen miteinander konkurrieren (Haas et al., 2004, S. 8).

##### *Wettbewerb*

Unter Wettbewerb versteht man klassischer Weise, dass so viele Anbieter in der Erzeugung eines Gutes und dessen Verkaufs an Verbraucher konkurrieren, dass keiner von ihnen den Marktpreis beeinflussen und in Folge dessen eine marktbeherrschende Stellung einnehmen kann. Der daraus resultierende Marktpreis ist gleich den Grenzkosten der Erzeugung plus einer bestimmten Rendite (Haas et al., 2004, S. 10).

In den 1980er Jahren entstand die Theorie der anfechtbaren Märkte („contestable markets“). Diese besagt, dass allein die Androhung des Markteintritts neuer Anbieter ausreichend wäre, um zu gewährleisten, dass der eingesessene Anbieter seine Güter zu Wettbewerbspreisen anbietet. Würde er das nicht tun, wären sofort andere Unternehmen bereit, in den Markt einzusteigen, um dem eingesessenen Unternehmen Konkurrenz zu machen (Knieps, 2008, S. 28).

##### *Privatisierung*

Privatisierung hat entgegen einer weit verbreiteten Meinung nichts mit Wettbewerb zu tun und ist auch keine Bedingung für die Einführung von Wettbewerb.

Unter Privatisierung versteht man den Wechsel der Eigentümerschaft von einem öffentlichen zu einem privaten Rechtsträger sowie die Verlagerung des vorrangigen Unternehmensziels zur Profitmaximierung (vgl. Haas et al., 2004, S. 11).

#### 1.5. Notwendige Maßnahmen beim Monopolisten vor der Liberalisierung

##### *Entflechtung und Restrukturierung*

Um die bislang nicht dem Wettbewerb ausgesetzten Monopolbetriebe auf die Liberalisierung vorzubereiten, ist es in vielen Fällen notwendig, Entflechtungen und Restrukturierungen durchzuführen.

In Österreich wurde die Post zum Beispiel in einem ersten Schritt aus der Bundesverwaltung ausgegliedert und anschließend Geschäftsbereiche, die mit eigentlichen Postdienstleistungen nichts zu tun haben wie Telekommunikation oder der Postbus vom Unternehmen abgespalten.

Anschließend fand im Postdienst eine groß angelegte Restrukturierung statt, mit dem Ziel, kosteneffizienter wirtschaften zu können.

## 2. Postmarktöffnung

### 2.1. Fahrplan der EU

Die Liberalisierung des Europäischen Postmarktes geht auf die Bemühungen der EU zurück, Wettbewerb im Postwesen einzuführen. Beginnend mit dem Grünbuch über die Entwicklung des Binnenmarktes für Postdienste von 1992 wurde der europäische Prozess der Liberalisierung des Postsektors in Gang gesetzt. Drei EU-Richtlinien (97/67/EG, 2002/39/EG und 2008/6/EG) bilden den europäischen Rechtsrahmen, in dem die Fristen der stufenweisen Einschränkungen des reservierten Bereichs festgelegt sind. Ziel der Postrichtlinien war es, nicht nur Wettbewerb auf dem Postmarkt einzuführen, sondern auch Mindestbedingungen festzulegen, die jeder Mitgliedstaat beim Universaldienst erfüllen muss. Was unter „Universaldienst“ genau zu verstehen ist, wird unter Punkt 2.2. erklärt.

In der am 10.6.2002 verabschiedeten Postrichtlinie wurde das weitere Vorgehen der schrittweisen und kontrollierten Marktöffnung festgelegt. Die schrittweise Liberalisierung soll den eingesessenen Monopolisten helfen, sich auf den bevorstehenden Wettbewerb einzustellen.

Ursprünglich war geplant, den reservierten Bereich mit 1.1.2009 abzuschaffen. In der Postrichtlinie von 2008 wurde allerdings der 1.1.2011 als Datum für die vollständige Liberalisierung des Postwesens festgelegt. Einzelne der neuen EU-Staaten sowie Griechenland und Luxemburg haben beantragt, den reservierten Bereich bis 31.12.2012 aufrechtzuerhalten, was ihnen gewährt wurde.

### 2.2. Herausforderung Universaldienst

Im Zuge der Liberalisierung der Postdienstleistungen ist die Aufrechterhaltung des Universaldienstes eine große Herausforderung sowohl für das Postunternehmen, das den Universaldienst betreibt als auch für den Staat, der die Aufrechterhaltung des Universaldienstes gemäß EU Verordnung zu gewährleisten hat.

Im Postmarktgesetz (PMG), das mit 1.1.2011 in Kraft trat, definiert der österreichische Gesetzgeber den Universaldienst als „ein Mindestangebot an Postdiensten, die allgemein zur Aufrechterhaltung der Grundversorgung der Nutzerinnen und Nutzer als notwendig angesehen werden, die flächendeckend im Bundesgebiet angeboten werden und zu denen alle Nutzerinnen und Nutzer zu einem erschwinglichen Preis Zugang haben“ (PMG § 6, Abs. 1).

Dabei umfasst der Universaldienst folgende Leistungen:

„Abholung, Sortierung, Transport und Zustellung von Postsendungen bis 2 kg; Abholung, Sortierung, Transport und Zustellung von Postpaketen bis 10 kg sowie Dienste für Einschreib- und Wertsendungen“ (PMG § 6, Abs. 2).

Das PMG verpflichtet den Universaldienstbetreiber weiters zu „gewährleisten, dass den Nutzerinnen und Nutzern ständig Postdienste flächendeckend zu allgemein erschwinglichen Preisen und in einer solchen Qualität angeboten werden, dass den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer durch eine entsprechende Dichte an Abhol- und Zugangspunkten sowie durch die Abhol- und Zustellfrequenz ent-

sprochen wird“ (PMG § 6, Abs. 5).

Eine flächendeckende Versorgung mit Post-Geschäftsstellen ist laut Gesetz gewährleistet, wenn bundesweit mindestens 1.650 Post-Geschäftsstellen zur Verfügung stehen. Weiters ist zu gewährleisten, dass „in Gemeinden größer 10.000 Einwohnerinnen oder Einwohner und allen Bezirkshauptstädten für mehr als 90 % der Einwohnerinnen und Einwohner eine Post-Geschäftsstelle in maximal 2.000 Metern oder in allen anderen Regionen eine Post-Geschäftsstelle in maximal 10.000 Metern erreichbar ist“ (PMG § 7, Abs. 1).

Außerdem muss der Universaldienstbetreiber sicherstellen, dass in zusammenhängend bebautem Gebiet „Nutzerinnen und Nutzer im Umkreis von höchstens 1.000 Metern um ihren Wohnsitz einen Postbriefkasten erreichen können.“ Diese Postbriefkästen müssen von Montag bis Freitag mindestens einmal täglich geleert werden (PMG § 9, Abs. 1 f).

Bezüglich der Zustellung ist der Universaldienstbetreiber verpflichtet, „im Rahmen des Universaldienstes zu befördernde Brief- und Paketsendungen im Regelfall an fünf Werktagen pro Woche, ausgenommen Samstag, an die in der Anschrift genannte Wohn- oder Geschäftsadresse zuzustellen“ (PMG § 10, Abs. 1).

Und bezüglich der Laufzeiten ist der Universaldienstbetreiber verpflichtet, die im Rahmen des Universaldienstes zu befördernden Briefsendungen im Jahresdurchschnitt mindestens zu einem Anteil von 95 %, am ersten auf den Einlieferungstag folgenden Werktag, ausgenommen Samstag, zuzustellen (PMG § 11, Abs. 1).

### Urbanes Gebiet – ländlicher Raum: erhebliche Unterschiede

Laut Angaben der Österreichischen Post AG finanzierte der bis zum 31.12.2010 gültige reservierte Bereich (Briefsendungen bis 50 Gramm) den Universaldienst (Post, 2010b). Es fand also unternehmensintern eine Quersubventionierung vom lukrativen Geschäft im urbanen Gebiet zum verlustbringenden Geschäft im ländlichen Raum statt. § 21 des PMG legt fest, dass der Universaldienstbetreiber im gesamten Bundesgebiet einen einheitlichen Tarif anbieten muss, d.h. die Briefbeförderung im ländlichen Raum muss zum gleichen Preis angeboten werden wie die Briefbeförderung im urbanen Gebiet.

Alternative Postdienstleister, die nicht behördlich zum Universaldienst verpflichtet wurden, können seit 1.1.2011 ihre Dienste jedoch zum Beispiel nur in einem Ballungsraum anbieten und den vermutlich nicht lukrativen ländlichen Raum nicht bedienen. Somit würde der Universaldienstbetreiber das lukrative Geschäft in den Ballungsräumen verlieren, müsste jedoch weiterhin das verlustbringende Geschäft im ländlichen Raum weiterführen. Um das so genannte „Rosinenpicken“ zu verhindern bzw. einzudämmen, hat der österreichische Gesetzgeber bestimmt, dass konzessionierte alternative Postdienstleister, die nicht den Auftrag für die Erbringung von Universaldienstleistungen haben, aber einen Jahresumsatz von mehr als einer Million Euro bei der Beförderung von Briefsendungen bis zu einem Gewicht von 50 Gramm erwirtschaften, nach dem Verhältnis ihres Marktanteils in einen Ausgleichfonds zur Finanzierung des Universaldienstes einzahlen. Darüber hinaus müssen alle in

Österreich tätigen Postdienstleister die im Kollektivvertrag vorgesehenen Arbeitsbedingungen erfüllen und den Mitarbeitern die vorgesehene Entlohnung bezahlen (PMG § 14 Abs. 2 und § 27 Abs. 2 Z. 2).

### Finanzierungsmodelle für den Universaldienst

Wie in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union der Universaldienst finanziert wird, liegt gemäß der Richtlinie 2008/6/EG im Ermessen des Mitgliedstaates. In der Richtlinie werden drei Methoden zur Finanzierung des Universaldienstes vorgeschlagen, die alleine oder nebeneinander zur Anwendung kommen können, nämlich öffentliche Ausschreibungen, öffentliche Ausgleichszahlungen oder die Einrichtung eines Ausgleichsfonds. Wenn ein Mitgliedstaat eine eigene Methode entwickeln möchte, ist dies der Kommission zu melden.

Im Folgenden werden die drei vorgeschlagenen Methoden näher erläutert:

#### *Öffentliche Ausschreibungen*

Ein Mitgliedstaat kann Wettbewerb in den Postmarkt bringen, indem er die zu erbringende Leistung klar definiert und öffentlich ausschreibt. Dadurch entsteht ein Wettbewerb um den Markt.

In Österreich werden öffentliche Ausschreibungen in Kombination mit einem Ausgleichsfonds angewandt:

In Österreich soll 2015 der bundesweite Universaldienst erstmals öffentlich ausgeschrieben werden. Soweit dadurch eine Senkung der Gesamtkosten des Universaldienstes zu erwarten ist, kann die Regulierungsbehörde auch mehrere Postdiensteanbieter mit der Erbringung des Universaldienstes für einzelne Regionen oder Leistungen des Universaldienstes betrauen (PMG § 12).

#### *Öffentliche Ausgleichszahlungen*

Ein Mitgliedstaat kann, wenn er feststellt, dass die Universaldienstverpflichtungen mit Nettokosten verbunden sind und eine unverhältnismäßige finanzielle Belastung für den oder die Universaldienstanbieter darstellen, einen Ausgleichsmechanismus einführen, um das oder die betroffene[n] Unternehmen mit öffentlichen Mitteln zu entschädigen (Richtlinie 2008/6/EG Artikel 7 Abs. 3 lit. a).

Eine Finanzierung des Universaldienstes, die nur auf Ausgleichszahlungen beruht, ist jedoch keine anzustrebende Methode, da große Anreizprobleme geschaffen werden. Weder muss der Universaldienstbetreiber die wahren Kosten der Universaldienstleistung kennen, noch gibt es einen Anreiz, die wahren Kosten zu nennen (Pohl, 2010, S. 54). Öffentliche Ausschreibungen oder Ausgleichsfonds versprechen ein effizienteres Agieren der am Markt tätigen Unternehmen.

#### *Einrichtung eines Ausgleichsfonds*

In Österreich wird der verlustbringende Teil des Universaldienstes durch die Einrichtung eines Ausgleichsfonds finanziert. Das genaue Procedere ist im PMG §§ 12-15 geregelt.

Dem Universaldienstbetreiber sind die nachweislich aufgelaufenen Nettokosten des Universaldienstes, die eine unverhältnismäßige finanzielle Belastung für den Universaldienstbetreiber darstellen, zu ersetzen. Als unverhältnismäßig gelten die Nettokosten, sofern sie 2 % der Gesamtkosten des Universaldienstbetreibers übersteigen. Stellt der Universaldienstbetreiber einen Antrag auf einen finanziellen Ausgleich, hat die Regulierungsbehörde einen Ausgleichsfonds einzurichten und zu verwalten. Zur Finanzierung des Ausgleichsfonds haben Betreiber von konzessionierten Postdiensten mit einem Jahresumsatz von mehr als einer Million Euro aus der Beförderung von Briefsendungen bis zu einem Gewicht von 50 Gramm, nach dem Verhältnis ihres Marktanteils beizutragen.

## 3. Umsetzung der Liberalisierung in Österreich

### Schritte der Liberalisierung

Die Geschwindigkeit der Liberalisierung des Postwesens bestimmten die Mitgliedstaaten im Rahmen der Vorgaben durch die Richtlinien selbst. Österreich hat die Vorgaben jeweils zum spätestmöglichen Zeitpunkt umgesetzt.

Die Postrichtlinie der EU aus dem Jahr 1997 wurde in Österreich im Postgesetz 1997 umgesetzt. Gleichzeitig wurde die aus der Staatsverwaltung ausgegliederte Post- und Telekom AG zum Universaldienstleister erklärt und Kriterien festgeschrieben, durch die eine Grundversorgung sichergestellt werden sollte. Das 1997 beschlossene Postgesetz wurde 2000, 2003, 2006 und 2009 novelliert (Hermann, 2008, S. 2).

Vom 1.1.1998 an zählten Sendungen mit einem Gewicht von 350 Gramm und darüber, oder jene die mehr als fünfmal den Standardtarif kosteten, nicht mehr zum reservierten Bereich. Der reservierte Bereich wurde mit 1.1.2003 weiter eingegrenzt, von da an zählten Sendungen mit einem Gewicht von 100 Gramm und darüber, oder jene, die mehr als dreimal den Standardtarif kosteten sowie abgehende grenzüberschreitende Post nicht mehr zum reservierten Bereich. Der letzte reservierte Bereich bestand zwischen 1.1.2006 und 31.12.2010. Er umfasste Sendungen mit einem Gewicht von bis zu 50 Gramm, oder jene, die mehr als 2,5-mal den Standardtarif kosteten.

Seit 1.1.2011 gibt es in Österreich keinen reservierten Bereich bei Postsendungen mehr, der Postbereich ist zumindest theoretisch vollständig liberalisiert. An späterer Stelle wird die Frage behandelt, ob es nach wie vor einen versteckten Wettbewerbsschutz im österreichischen Postwesen gibt.

### Entflechtung: Gelbe Post – Telekom – Postautodienst

Bis Mitte der 1990er Jahre waren die Bereiche Gelbe Post (eigentlicher Postmarkt), Telekom und Postautodienst Geschäftsbereiche desselben Unternehmens, das Teil der Bundesverwaltung war. Um die Post auf die schon absehbare Liberalisierung des Postmarktes vorzubereiten, war eine Entflechtung der Geschäftsbereiche notwendig.

In den Jahren 1996 bis 2000 wurde die Entflechtung der Gelben Post, der Telekom und des Postautodienstes durchgeführt (Hainzl, 2009, S. 6).

Auch im Kerngeschäft fand eine Entflechtung statt. Derzeit bestehen unternehmensintern drei Divisionen: Division Brief, Werbepost & Filialen, die Division Paket & Logistik und die Division Corporate. (Post, 2014a, S. 82)

Die Division Brief, Werbepost & Filialen, ist für etwa 64 %, die Division Paket & Logistik für etwa 36 % des Unternehmensumsatzes verantwortlich (Post, 2014b, S. 10). Die Division Corporate erbringt Dienstleistungen zur Verwaltung des Konzerns, beispielsweise die Verwaltung der Konzernimmobilien oder die Administration des Post-Arbeitsmarktes (Post, 2014a, S. 82).

## Restrukturierung

Um die Österreichische Post AG auf die Liberalisierung vorzubereiten, hat das Management seit dem Jahr 1999 eine rigorose Restrukturierung des Unternehmens vorgenommen. Die durch die Restrukturierung bewirkten Einsparungen ermöglichten dem Unternehmen seit 2002 ohne staatliche Subventionen zu wirtschaften (Post, 2001a). Konkret wurde ein 9-Punkte Programm ausgearbeitet, welches das Unternehmen nachhaltig wettbewerbsfähig machen sollte:

1. Personalstand weiterhin kontinuierlich senken
2. Variable Gehaltsstrukturen festlegen
3. Postämternetz redimensionieren
4. Produktivitätssteigerung in der Zustellung
5. Realisierung eines rigiden Kostensenkungsprogramms
6. Fokussiertes Investitionsprogramm
7. Die Realisierung neuer Business Units im Zuge der Umstrukturierung beschleunigen
8. Effektives Asset-Management verstärken
9. Gesetzliche Rahmenbedingungen für zukünftigen Wettbewerb schaffen

(Post, 2001b)

Punkt 1, 3 und 4 werden im Folgenden näher erläutert.

### *a) Personalstand weiterhin kontinuierlich senken*

Die Post konnte ihren Personalstand von durchschnittlich 32.247 Vollzeitkräften im Jahr 1999 auf durchschnittlich 18.951 Vollzeitkräfte im Jahr 2013 reduzieren (Post, 2010c S. 78 und Post, 2014b S. 88). Da viele der Beschäftigten bei der Post Beamte sind und diese in der Regel nicht gekündigt werden können, hat die Post ihren älteren Mitarbeitern die Möglichkeit geboten in Frühpension zu gehen. Andere wurden im extra eingerichteten „Karriere- und Entwicklungszentrum“ auf andere Aufgabenbereiche vorbereitet und seit 2010 besteht für Postbedienstete die Möglichkeit in den Polizei-Innendienst zu wechseln (Post, 2009b).

### *b) Postämternetz redimensionieren*

Aufgrund des Wandels der Bevölkerungsverteilung in Österreich – immer mehr Menschen bewohnen urbane Gebiete, immer weniger wohnen im ländlichen Raum – und der technologischen Entwicklung – immer mehr Korrespondenz wird über das Internet abgewickelt – sah sich die Post gezwungen, ihr Postämternetz zu redimensionieren. Im Jahr 2000 gab es in Österreich noch 2.285 Postämter (Tamme, 2008, S. 3), Ende 2013 gab es nur mehr 535 selbstbetriebene Post-Geschäftsstellen (Post, 2014b S. 32). Um jedoch der Bevölkerung in Gemeinden in denen Postämter geschlossen wurden, weiterhin einen Zugang zu Postdienstleistungen zu ermöglichen, hat die Post das Konzept der Post-Partner entwickelt. Lebensmittelhändler, Apotheken oder auch Gemeindeämter übernehmen Postdienstleistungen und bauen sich damit ein weiteres Standbein auf.

Ende 2013 gab es in Österreich 1.359 Post-Partner, d.h. insgesamt gab es in Österreich somit 1.894 Postgeschäftsstellen (Post, 2014b S. 32).

Durch die Redimensionierung des Postämternetzes konnten nicht nur Ausgaben für Miete und Erhalt der Geschäftsstellen gespart werden, auch viele Mitarbeiter konnten durch die Restrukturierung eingespart werden. In Zukunft plant die Österreichische Post AG weitere Schließungen von selbstbetriebenen Post-Geschäftsstellen, sie ist jedoch durch das PMG verpflichtet mindestens 1.650 Postgeschäftsstellen in Österreich zu gewährleisten (Post, 2010d).

Das erwähnte Post-Partner-Modell führt aufgrund angeblich zu niedriger Postprovisionen aber auch zu Herausforderungen für kommunale Haushalte. So gibt die Gemeinde Mils bei Hall in Tirol an, jährlich 15.000 Euro für die Aufrechterhaltung des defizitären Post-Partners auszugeben (Orf, 2014).

### *c) Produktivitätssteigerung bei der Zustellung*

Der Bereich der Zustellung der Sendungen wurde im Rahmen der Restrukturierung komplett umgestellt. Das neue System brachte eine deutliche Laufzeitverkürzung: 2013 erreichten über 95,5 % der aufgegebenen Inlandsbriefe ihren Empfänger am nächsten Werktag. (Post, 2014b, S. 34).

Waren früher die Postämter in der Regel auch für die Zustellung der Sendungen in ihrem Einzugsgebiet verantwortlich, so werden die Zustellbezirke nun von 265 Zustellbasen aus bedient (Post, 2014b, S. 92).

Für Paketsendungen wurde aufgrund des geringeren Volumens eine parallele Struktur, jedoch mit weniger Zustellbasen errichtet. 2009 wurden mehr als 95 % aller Inlandspakete am übernächsten Werktag nach der Aufgabe zugestellt (Post, 2010c, S. 18).

In dicht besiedelten Gebieten werden Briefe und Pakete in der Regel von verschiedenen Zustellern zugestellt, in ländlichen Gebieten erfolgt die Zustellung häufig gemeinsam.

## Alternative Postdienstanbieter in Österreich

Die Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH hat den gesetzlichen Auftrag, aktuelle Daten zum österreichischen Postmarkt zu erheben und zu veröffentlichen.



Im Jahr 2012 wurden Dienste im Universaldienstbereich von drei Anbietern, nämlich der Österreichischen Post AG, der General Logistics Systems Austria GmbH und der Hermes Logistik GmbH angeboten (RTR, 2014a) angeboten. Beide letztere bieten jedoch nur die Beförderung von Paketen an.

Mit 13. Februar 2014 verfügten drei Anbieter, nämlich das RS-Zustellservice, die Feibra GmbH, die Medienvertrieb OÖ GmbH und Klaus Hammer Botendienste über die Konzession für die gewerbemäßige Beförderung von Briefsendungen für Dritte bis zu einem Gewicht von 50g gemäß § 26 Abs 1 PMG (RTR, 2014b). Die Konzessionen dieser Unternehmen sind jedoch auf bestimmte Regionen beschränkt.

Somit bietet ausschließlich die Österreichische Post AG die Beförderung von Briefsendungen flächendeckend an, im Paketmarkt sind zwei weitere Anbieter flächendeckend aktiv, wobei die Österreichische Post AG für die Hermes Logistik GmbH – wie bereits erwähnt – alle postalischen Dienste, beginnend bei der Abholung, erbringt.

### Versteckter Wettbewerbsschutz trotz Liberalisierung

Am 13.01.2010 teilte redmail, ein Unternehmen, das seinen Schwerpunkt in der Zustellung von Tages- und Wochenzeitungen sowie in der Verteilung unadressierter Werbungen hat, in einer Presseaussendung mit, dass es die Bemühungen zum Aufbau der Zustellung von adressierten Briefsendungen nicht weiter fortsetzen wird (Redmail, 2010). Als Begründung wurden Bestimmungen des PMG genannt, das dann mit 01.01.2011 in Kraft trat.

Eine Begründung, aufgrund welcher Bestimmungen des PMG redmail diese Entscheidung fällte ist in der Presseaussendung nicht enthalten. Die vermutete Begründung soll hier aber ansatzweise anhand der Theorie des natürlichen Monopols erklärt werden.

Nach Meinung des Autors sind es vor allem drei Bestimmungen, die redmail zu diesem Schritt bewogen haben dürften.

Erstens: Das PMG verpflichtet alternative Postdienstleister, die mehr als eine Million Euro bei der Beförderung von Briefsendungen bis zu einem Gewicht von 50 Gramm erwirtschaften, nach dem Verhältnis ihres Marktanteils in einen Ausgleichfonds zur Finanzierung des Universaldienstes einzuzahlen.

Dass alternative Anbieter in einen Ausgleichfonds einzahlen müssen, legt den Verdacht nahe, dass es sich beim Postwesen zumindest in Teilbereichen nicht um ein natürliches Monopol handeln dürfte, da implizit davon ausgegangen wird, dass in bestimmten Bereichen alternative Anbieter tätig werden (Ballungsräume). Es liegt auch der Verdacht nahe, dass es Marktsegmente gibt, die im Rahmen der Universaldienstverpflichtung für sich betrachtet nicht gewinnbringend zu bedienen sind (ländlicher Raum). Die Finanzierung des Universaldienstes über einen Ausgleichfonds in Kombination mit der Ausschreibung des Universaldienstes oder von Teilen des Universaldienstes stellt nach Meinung des Autors eine gute Lösung zur Finanzierung des Universaldienstes dar.

Zweitens: Es verpflichtet alternative Anbieter auch bis 2015 zur Mitfinanzierung des Austausches jener Hausbrieffachanlagen, die nicht den Anforderungen des PMG entsprechen (das bedeutet, die nicht allen Postdienstleistern zugänglich

sind, da sie nur von der Österreichischen Post AG geöffnet werden können) die auf Kosten der Österreichischen Post AG ausgetauscht werden müssen.

Keine gute Lösung und einen Wettbewerbsschutz stellt nach Meinung des Autors die Verpflichtung zur Mitfinanzierung des Austausches alter Hausbrieffachanlagen dar. Bestehende Hausbrieffachanlagen stellen für die Österreichische Post AG sowohl versunkene Kosten als auch solange sie bestehen einen Wettbewerbsschutz dar. Die Österreichische Post AG musste die Anlagen bis 31.12.2012 getauscht haben, bis dahin stellten die Anlagen auch eine Markteintrittsbarriere für alternative Postdienstleister dar, da diese die Anlagen nicht zur Zustellung von Sendungen nutzen konnten. Dass auch alternative Anbieter die Kosten des Austausches der Anlagen mittragen müssen, stellt nach Meinung des Autors bis 2015 eine Markteintrittsbarriere dar, da die Kosten auf alle bis dahin in den Markt eintretenden Mitbewerber aufzuteilen sind. Für 2015 ist auch die erstmalige Ausschreibung des Universaldienstes geplant, sofern es andere Postdienstleister gibt, die den Universaldienst erbringen können. Genau denen wird aber bis 2015 eine Markteintrittsbarriere in den Weg gelegt.

Drittens: Alle in Österreich tätigen Postdienstleister müssen die im Kollektivvertrag vorgesehenen Arbeitsbedingungen erfüllen und den Mitarbeitern die vorgesehene Entlohnung bezahlen (PMG § 14 Abs. 2 und § 27 Abs. 2 Z. 2).

Diese Bestimmung soll Lohndumping verhindern, sie stellt aber auch einen Wettbewerbsschutz gegenüber der Österreichischen Post AG dar. Die Arbeitsbedingungen und die Entlohnung der Mitarbeiter der Österreichischen Post AG sind in einem Kollektivvertrag geregelt. Alternative Anbieter können durch diese Bestimmung nicht auf Kosteneinsparungen durch Mitarbeiter zurückgreifen, die bereit wären zu Entlohnungen unter einem Kollektivvertragsniveau zu arbeiten.

Auch wenn der Postmarkt in Österreich auf dem ersten Blick liberalisiert erscheint, kann man auch weiterhin von einem politisch-administrativen Monopol sprechen. Es bleibt abzuwarten, ob sich das Monopol in der Beförderung von Briefen auch nach 2015, nach dem Wegfall weiterer Zugangsbarrieren, halten wird, oder ob wie bereits im Teilbereich der Paketbeförderung weitere Anbieter in den Markt eintreten werden.

## 4. Zusammenfassung

In diesem Artikel hat sich der Autor mit der Theorie des natürlichen Monopols in Bezug auf das Postwesen beschäftigt. Ob es sich beim Postwesen um ein natürliches oder um ein politisch administrativ gestütztes Monopol handelt, lässt sich nicht im Rahmen dieses Artikels erschöpfend behandeln, vielmehr wird man in den nächsten Jahren im Zuge der Marktliberalisierung sehen, ob sich das de facto bestehende Monopol der Österreichischen Post AG hält oder ob neue Anbieter in den Markt eindringen können. Aufgrund teilweise noch bestehender rechtlicher Regelungen, welche einen Wettbewerbsschutz gegenüber neuen Anbietern darstellen, besteht der Verdacht, dass es sich in Österreich um ein politisch administrativ gestütztes Monopol handelte und handelt.

Eindeutig zu beobachten ist, dass sich die Österreichische Post AG auf die Marktöffnung eingestellt hat. Musste das Un-

ternehmen noch bis 2002 auf Subventionen durch den Staat zurückgreifen, wurden diese durch Restrukturierungen, welche auch Vorteile für den Konsumenten brachten, obsolet. Zu den Verbesserungen aus Kundensicht sind schnellere Beförderungszeiten von Sendungen oder längere Öffnungszeiten von Postgeschäftsstellen durch Kooperationen mit Einzelhandelsbetrieben zu nennen.

Die wohl größte Herausforderung im Postwesen stellt die Sicherstellung des Universaldienstes dar. Diese vom Gesetzgeber vorgeschriebene Regelung verpflichtet den Universaldienstbetreiber Postsendungen auch in Gebieten zuzustellen, in denen dies betriebswirtschaftlich nicht lukrativ ist. Die in Österreich angewandte Methode zur Finanzierung nicht lukrativer Bereiche durch einen Ausgleichfonds in Kombination mit der Ausschreibung derselben stellt nach Meinung des Autors eine gute Lösung dar.

Einen Wermutstropfen stellt der im PMG enthaltene versteckte Wettbewerbsschutz dar, der dafür sorgen könnte, dass sich der Wettbewerb auf dem Postmarkt langsamer entwickelt, als es ohne bestimmte Regelungen zu erwarten wäre.

## Quellenverzeichnis

- Haas, R., Auer, H., Keseric N., Stefanescu G., Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, (2004), Liberalisierung öffentlicher Dienstleistungen in der Europäischen Union und Österreich, in: Zur Zukunft öffentlicher Dienstleistungen Bd. 3, Wien, S. 8, 10, 11.
- Hainzl, C, Wirtschaftsuniversität Wien, (2009), Zukunftsperspektive der Österreichischen Post AG im freien Wettbewerb mit Blick auf das Finanzierungssystem des Universaldienstes und den Postmarktgesetzesentwurf 2009, Wien, S. 6.
- Hermann, Christoph, Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt (2008), Die Liberalisierung des österreichischen Postmarktes, neue Unternehmensstrategien und die Folgen für Beschäftigung und Arbeitsbedingungen, Wien, S. 2.
- Kaniak, J., (2008), Zur Einführung marktwirtschaftlicher Elemente bei natürlichen Monopolen – mehr Murks als Markt, in: Schönböck, W., Hrsg., 2008, Sozioökonomie als multidisziplinärer Forschungsansatz, Springer Vienna, S. 229f.
- Knieps, G., (2008), Wettbewerbsökonomie. Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik; Berlin/Heidelberg/New York, 2008, S. 28, 36.
- Knieps, G., Zenhäusern, P., Jaag, C., Knieps et al. (2009), Fallstudien zur Netzökonomie, Gabler, Wiesbaden, S. 92-95, 102f.
- Orf (2014), Postpartner als großes Minusgeschäft, <http://tirol.orf.at/news/stories/2648984/> (Juli 2014).
- Pohl, Martin, (2010), Der Netzzugang bei Briefdiensten in Deutschland und Großbritannien. Regulierungsrahmen, Wettbewerbsanalyse, und Handlungsempfehlungen, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg, S. 54.
- PMG, Postmarktgesetz und Änderung des KommAustria-Gesetzes, BGBl. I Nr. 123/2009.
- Post (2001a), Österreichische Post AG, Restrukturierung auf Kurs, [http://www.post.at/footer\\_ueber\\_uns\\_presse\\_pressearchiv\\_2001\\_3695.php](http://www.post.at/footer_ueber_uns_presse_pressearchiv_2001_3695.php) (Juli 2014).
- Post (2001b), Österreichische Post AG, Restrukturierung auf Kurs, [http://www.post.at/73\\_3574.php](http://www.post.at/73_3574.php) (September 2010).
- Post (2009a), Österreichische Post AG, Post - Großauftrag für Paket und Logistik, [http://www.post.at/presse\\_detail.php?lan=ger&meldung=313](http://www.post.at/presse_detail.php?lan=ger&meldung=313) (September 2010).
- Post (2009b), Österreichische Post AG, Österreichische Post AG vereinbart mit Bundesregierung Voraussetzungen für Wechsel von Postbeamten zur Polizei, [http://www.post.at/detailansicht\\_ir.php?meldung=381](http://www.post.at/detailansicht_ir.php?meldung=381) (Juni 2014).
- Post (2010a), Österreichische Post AG, Kürzere Zustelldauer und günstigere Tarife, <http://www.post.at/5280.php> (September 2010).
- Post (2010b), Österreichische Post AG, Universaldienst im Wandel, <http://www.post.at/9742.php> (September 2010).
- Post (2010c), Österreichische Post AG, Geschäftsbericht 2009, S. 18, 36, 78, [http://www.post.at/files/Geschaeftsbericht\\_2009.pdf](http://www.post.at/files/Geschaeftsbericht_2009.pdf) (September 2010).
- Post (2010d), Österreichische Post AG, Post: Filialnetz-Ausbau schreitet zügig voran, [http://www.post.at/presse\\_detail.php?lan=ger&meldung=408](http://www.post.at/presse_detail.php?lan=ger&meldung=408) (September 2010).
- Post (2012), Österreichische Post AG, Eine Million zusätzliche Pakete von Hermes, <http://www.post.at/gb2012/de/kooperation-mit-hermes-logistik.html> (Juni 2014).
- Post (2014a), Österreichische Post AG, Geschäftsbericht 2013 - Finanzteil, S. 82, [http://www.post.at/downloads/ZT\\_Post\\_GB13\\_D\\_final\\_internet.pdf?1404058585](http://www.post.at/downloads/ZT_Post_GB13_D_final_internet.pdf?1404058585) (Juni 2014).
- Post (2014b), Österreichische Post AG, Geschäftsbericht 2013 - Magazinteil, S. 10, 32, 34, 88, 92, [http://www.post.at/downloads/Mag\\_Post\\_GB\\_de\\_final\\_internet.pdf?1404058585](http://www.post.at/downloads/Mag_Post_GB_de_final_internet.pdf?1404058585) (Juni 2014).
- Redmail (2010), Redmail: redmail konzentriert sich künftig ganz auf die Zeitungszustellung, [http://www.redmail.at/news,id3,redmail\\_konzentriert\\_sich\\_kuenftig\\_ganz\\_zeitungszustellung.html?catid=2](http://www.redmail.at/news,id3,redmail_konzentriert_sich_kuenftig_ganz_zeitungszustellung.html?catid=2) (September 2011).
- 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 L 52/3 vom 27.02.2008.
- RTR (2014a), Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Überprüfung der Laufzeiten nach § 33 PMG, [https://www.rtr.at/de/post/Laufzeitenmessung/PRSON\\_3\\_13\\_Einstellungsbeschluss\\_Laufzeiten\\_2012.pdf](https://www.rtr.at/de/post/Laufzeitenmessung/PRSON_3_13_Einstellungsbeschluss_Laufzeiten_2012.pdf) (Juli 2014).
- RTR (2014b), Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Liste der von der Post-Control-Kommission gemäß §

- 27 PMG erteilten Konzessionen, [https://www.rtr.at/de/post/Konzessionen/Liste\\_der\\_erteilten\\_Konzessionen\\_13.02.2014.pdf](https://www.rtr.at/de/post/Konzessionen/Liste_der_erteilten_Konzessionen_13.02.2014.pdf) (Juli 2014).
- Schönbäck, W. (2008), Studienblätter zur Vorlesung „Infrastrukturökonomie und öffentliche Unternehmen“, Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik, Technische Universität Wien, S. 25, 27.
- Spelthahn, S. (1994), Privatisierung natürlicher Monopole, Gabler, S. 3, 45f.
- Tader, C., Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Wien, (2006), Zwischen reserviertem Bereich und völliger Liberalisierung – Erscheinungsformen der Österreichischen Post, Wien, S. 10-14.
- Tamme, O., Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, (2008), Wenn der Postfuchs nicht mehr winkt – Postversorgung in Österreich auf dem Land nach der Schießungswelle, Online-Fachzeitschrift des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien, S. 3.
- Varian, H. (2011), Grundzüge der Mikroökonomik, 8. Auflage, Oldenbourg Verlag, München, S. 496, 499, 500, 505.