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 Warensendung 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 Warensendungen 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

© NOMOS Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

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

© NOMOS Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.