



Pressemitteilung

Bonn, 28. Juni 2016

Seite 1 von 2

HAUSANSCHRIFT

Tulpenfeld 4

53113 Bonn

TEL +49 228 14-9921

FAX +49 228 14-8975

pressestelle@bnetza.de

www.bundesnetzagentur.de

Bundesnetzagentur beanstandet „Impulspost“

Wettbewerbschancen anderer Anbieter wären erheblich beeinträchtigt

Die Bundesnetzagentur hat festgestellt, dass die Deutsche Post AG das Produkt „Impulspost“ kostenunterdeckend und diskriminierend anbietet. Sie hat das Unternehmen heute dazu verpflichtet, die Leistung nach dem 30. Juni 2016 postgesetzkonform anzubieten.

Gerade auf dem wettbewerbsschwachen Briefmarkt ist es nicht zu rechtfertigen, dass alternativen Postdienstleistern durch Dumpingpreise Kunden entzogen werden. Die Wettbewerbschancen anderer Anbieter würden durch solche Angebote erheblich beeinträchtigt.

Preise nicht kostendeckend

Das Produkt „Impulspost“ ist ein adressierter Werbebrief, mit dem die Deutsche Post AG Werbetreibenden die Möglichkeit geben wollte, deren Neukunden zu erheblich niedrigeren Preisen anzuschreiben als Bestandskunden. Mit 14 Cent bzw. 24 Cent sollten die Entgelte für Neukundenwerbung zum Teil mehr als die Hälfte unter den Preisen für vergleichbare Werbebriefe liegen.

Die Prüfungen der Bundesnetzagentur haben eine deutliche Unterschreitung der Kosten der effizienten Leistungsbereitstellung gezeigt. Zugleich ergab die Untersuchung der Entgelte eine unzulässige Bevorzugung der Versender des neu eingeführten Produkts.

Mit dem Produkt „Impulspost“ will die Deutschen Post AG Unternehmen, die bislang elektronische Medien genutzt haben, dafür gewinnen, zur Neukundenansprache Werbebriefe zu nutzen. Das Produkt wurde einzelnen Kunden bereits versuchsweise angeboten und sollte ab dem Jahr 2017 allen Kunden zur Verfügung stehen.

Werbebriefe unterliegen der Regulierung

Die Deutsche Post AG hatte sich im Verfahren darauf berufen, ihr Angebot sei Teil eines Werbemarkts, der physische und digitale Werbeformen umfasse. Auf einem solchen Markt verfüge sie über keine marktbeherrschende Stellung und unterliege damit nicht mehr der postgesetzlichen Kontrolle durch die Bundesnetzagentur.



Bonn, 28. Juni 2016

Seite 2 von 2

Die Bundesnetzagentur hat hierzu festgestellt, dass sich die Deutsche Post AG mit ihrem Angebot auf einem Markt für Geschäftskundenbriefe bewegt, auf dem sie eine marktbeherrschende Stellung einnimmt. Die Deutsche Post AG unterliegt damit auch bei Werbebriefen der postgesetzlichen Kontrolle und muss als Marktbeherrscher bei ihrer Preisgestaltung Rücksicht auf ihre Wettbewerber nehmen.

Die Marktabgrenzung erfolgte in enger Abstimmung mit dem Bundeskartellamt.

HAUSANSCHRIFT

Tulpenfeld 4

53113 Bonn

TEL +49 228 14-9921

FAX +49 228 14-8975

pressestelle@bnetza.de

www.bundesnetzagentur.de