

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Reinhard Houben, Michael Theurer, Dr. Marcel Klinge, Dr. Martin Neumann, Manfred Todtenhausen, Gerald Ullrich, Sandra Weeser, Grigorios Aggelidis, Renata Alt, Nicole Bauer, Jens Beeck, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Sandra Bubendorfer-Licht, Dr. Marco Buschmann, Carl-Julius Cronenberg, Britta Katharina Dassler, Hartmut Ebbing, Dr. Marcus Faber, Daniel Föst, Otto Fricke, Thomas Hacker, Peter Heidt, Katrin Helling-Plahr, Markus Herbrand, Katja Hessel, Manuel Höferlin, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Daniela Kluckert, Pascal Kober, Carina Konrad, Konstantin Kuhle, Ulrich Lechte, Alexander Müller, Hagen Reinhold, Matthias Seestern-Pauly, Frank Sitta, Dr. Hermann Otto Solms, Bettina Stark-Watzinger, Benjamin Strasser, Katja Suding, Stephan Thomae, Dr. Florian Toncar, Dr. Andrew Ullmann, Nicole Westig und der Fraktion der FDP

Kosten von Massenbriefsendungen für gemeinnützige Organisationen, Vereine, Parteien und Kommunen

Die Deutsche Post AG (DPAG) hat mit Wirkung ab dem 1. Januar 2020 ihre Versandbedingungen für Print-Mailings unter dem Produktnamen „Dialogpost“ geändert. Hintergrund ist eine Entscheidung des Verwaltungsgerichts Köln vom 26. März 2019 (Az. 25 K 3396/12). Darin bestätigte das Gericht den Beschluss der Bundesnetzagentur vom 30. April 2012 „Gewährung diskriminierungsfreier Zugangsbedingungen zu der Postdienstleistung ‚Adressierte Werbesendungen INFOPOST und INFOBRIEF National‘“ (Az. BK5a-11/024). Nachdem die Deutsche Post AG Ende Juli ihre Beschwerde gegen die Entscheidung zurückgezogen hatte (vgl. FAZ vom 20. September 2019, S. 19, „Post muss viele Geschäftsbriefe verteuern“), hatte die Bundesnetzagentur die Deutsche Post AG „aufgefordert, die von ihr festgestellte Ungleichbehandlung von Versendern inhaltsgleicher und nicht inhaltsgleicher Transaktionspost bis zum Jahreswechsel 2019/2020 abzustellen“ (vgl. Tätigkeitsbericht Post 2018/2019 der Bundesnetzagentur, S. 83). Dieser Aufforderung kam die Deutsche Post am 30. Oktober 2019 schließlich nach (<https://www.dpdhl.com/de/presse/pressemitteilungen/2019/neue-bedingungen-fuer-dialogpost-ab-2020-nur-noch-versand-von-werbebriefen-zulaessig.html>).

Die Bundesnetzagentur vertritt die Position, dass die bisherige Bevorzugung inhaltsgleicher Versendungen gegenüber nicht inhaltsgleichen Sendungen gegen § 20 Absatz 2 Satz 1 Nummer 3 des Postgesetzes (PostG) verstoße. Ein vergünstigter Versand sei nur bei Sendungen mit werbendem Inhalt zulässig, da die DPAG hier einem verstärkten Substitutionsdruck durch digitale Angebote ausgesetzt sei. Zu den Sendungen, die zukünftig nicht mehr vergünstigt als Dialogpost versandt werden dürfen, zählen beispielsweise Bestellbestätigungen,

AGB-Änderungen, Wahlbenachrichtigungen, Jahres- und Geschäftsberichte sowie Einladungen etwa zu Jahreshaupt- oder Mitgliederversammlungen (vgl. Tätigkeitsbericht Post 2018/2019 der Bundesnetzagentur, S. 84). Geschäftspost „mit allgemeinen oder persönlichen Informationen“, die keine Werbung sind, müssen nun regulär als Brief oder Postkarte versendet werden. Dies gilt beispielsweise auch für den Versand von Wahlbenachrichtigungen (vgl. Postforum. Informationen für politische Entscheider 01+02 / 2020, S. 3).

Die Anpassung im Bereich Dialogpost hat nach Ansicht der Fragesteller signifikante Auswirkungen auf den Briefmarkt. Für die Wettbewerber der marktbeherrschenden DPAG spielen adressierte Massensendungen eine besonders große Rolle. Durch die Begrenzung des vergünstigten Versandes auf Werbepost eröffnen sich neue Möglichkeiten beim Versand nicht werbender Massenbriefsendungen. Branchenvertreter begrüßten daher die Neuregelung (vgl. <https://www.onetoone.de/artikel/db/830961frs.html>). Die Kehrseite dieser Entwicklung sind freilich steigende Versandkosten für die Nachfrager solcher Massensendungen. Hierzu gehören neben Unternehmen und Behörden auch Vereine und politische Parteien. Besonders gravierend sind die Auswirkungen auf gemeinnützige Spendenorganisationen.

„Die Anpassung der Dialogpostbedingungen wirkt sich leider nicht nur auf die Mitglieder des Deutschen Spendenrates sehr negativ aus, sondern auf sämtliche spendensammelnde Organisationen in Deutschland“, so das Fazit des Deutschen Spendenrates (vgl. <https://www.spendenrat.de/2020/01/07/stellungnahme-deutscher-spendenrat-dialog-post/>). Aus Sicht des Spendenrates ist insbesondere der Versand von Geschäfts- und Jahresberichten sowie von Zuwendungsbescheinigungen (zumindest für Spenden von mindestens 200 Euro) künftig mit deutlich höheren Portokosten verbunden. Der Malteser Hilfsdienst e. V. beispielsweise beziffert die Mehrkosten bei der Versendung von Zuwendungsbescheinigungen auf bis zu 60 000 Euro pro Jahr. Diese Kosten fehlen für wichtige Förderprojekte. Zugleich steigt die Verwaltungskostenquote, die ein Kriterium der Effizienz gemeinnütziger Organisationen ist.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Plant die Bundesregierung, einen Entwurf zur Änderung des Postgesetzes vorzulegen, und wenn ja, wann?
2. Inwieweit ist Inhaltsgleichheit aus Sicht der Bundesregierung ein relevantes Kriterium bei der Frage, ob vergünstigte Versandtarife bei Briefsendungen zulässig sind?
3. Wie bewertet die Bundesregierung den Beschluss der Bundesnetzagentur „Gewährung diskriminierungsfreier Zugangsbedingungen zu der Postdienstleistung ‚Adressierte Werbesendungen INFOPOST und INFOBRIEF National‘“?
4. Welche Konsequenzen zieht die Bundesregierung aus der Forderung des Deutschen Spendenrates, für Zuwendungsbescheinigungen – unabhängig von der Spendenhöhe – und Geschäfts- und Jahresberichte grundsätzlich einen Versand per „Dialogpost“ zuzulassen?
5. Plant die Bundesregierung, im Falle einer anstehenden Überarbeitung des Postgesetzes eine Regelung, die vergünstigte Versandbedingungen auch für nicht werbende Massenbriefsendungen gemeinnütziger Organisationen, Vereine, politischer Parteien oder Kommunen zulässt?
6. Wie viele Wahlbenachrichtigungen werden nach Kenntnis der Bundesregierung von deutschen Kommunen pro Jahr per Dialogpost versandt?

7. Welche Kostensteigerung erwartet die Bundesregierung für deutsche Kommunen durch die Verteuerung des Versands von Wahlbenachrichtigungen?
8. Welche Mehrkosten werden jeweils gemeinnützigen Organisationen, Vereinen und politischen Parteien in Deutschland durch die geänderten Bedingungen für die „Dialogpost“ nach Kenntnis der Bundesregierung entstehen?
9. Wie groß ist jeweils der Anteil gemeinnütziger Organisationen, Vereine und politischer Parteien am Gesamtaufkommen von Print-Mailings in Deutschland nach Kenntnis der Bundesregierung?
10. Wie groß ist der Anteil inhaltsgleicher Print-Mailings, die seit Januar 2020 nicht mehr als „Dialogpost“ versandt werden dürfen, am Gesamtaufkommen nach Kenntnis der Bundesregierung?
11. Wie bewertet die Bundesregierung das Produkt „Sponsoring.Post“ der Österreichischen Post Aktiengesellschaft, welches gemeinnützigen Organisationen, Vereinen, Wahlwerbern und politischen Parteien ermäßigte Versandtarife ermöglicht?
12. Hat die Bundesregierung die Einführung eines solchen „Gemeinnützigkeitsportos“ im Rahmen der Novellierung des Postgesetzes geprüft?
Wenn ja, mit welchem Ergebnis?
Wenn nein, warum nicht?

Berlin, den 30. Januar 2020

Christian Lindner und Fraktion

