

Harsche Kritik an Firmenkauf der Post

Versandhändler und Detaillisten befürchten ein Monopol bei der Verteilung von Prospekten und Flugblättern

VON JÜRIG MEIER

BERN 21,5 Millionen Franken Umsatz, 1100 Angestellte, zumeist mit kleinen Teilzeitpensen: Die Zustellorganisation Prisma ist auf den ersten Blick ein kleiner Fisch. Das Unternehmen verteilt in der Ostschweiz unadressierte Drucksachen, etwa Kataloge oder Werbebriefe. Doch seit die Post Anfang Oktober bekannt gegeben hat, dass sie die Prisma aufkauft, läuten bei Postkonkurrenten, Versandhändlern und Detaillisten die Alarmglocken.

Peter Sutterlütli, Präsident des Verbands der privaten Kurier- und Postdienste (Kep & Mail), kritisiert den Kauf. Noch vor wenigen Jahren habe der Markt für unadressierte Postsendungen dank der Präsenz von mehreren Anbietern gut funktioniert. «Mit einer Reihe von Zukäufen monopolisiert die Post diesen Markt nun mehr und mehr.»

Die Prisma war die letzte grosse Bastion, welche der Post auf dem Deutschschweizer Markt Paroli bot. Im Februar 2012 hatte der gelbe Riese bereits die Berner

AWZ-Gruppe übernommen. «Die Post erhält damit zunehmend die Möglichkeit, die Preise für unadressierte Sendungen zu diktieren», warnt Sutterlütli.

Versandhändler befürchten eine Erhöhung der Tarife

Patrick Kessler, Präsident des Verbandes des Schweizerischen Versandhandels (VSV), teilt diese Befürchtung. Die Post könnte laut Kessler versuchen, den Rückgang bei der Zustellung von adressierten Briefen und Zeitungen durch Preiserhöhungen bei den unad-

ressierten Werbesendungen wettzumachen. Dieser Markt ist interessant. Laut der Post wuchs das Volumen unadressierter Sendungen im ersten Halbjahr 2013 gegenüber dem Vorjahr um stattliche 4 Prozent. Der Anteil von adressierten Sendungen wie etwa persönlichen Briefen oder Rechnungen hingegen schrumpfte erneut, diesmal um 2,3 Prozent.

Unadressierte Sendungen sind für die Mitglieder von Kesslers Verband denn auch «extrem wichtig». 70 bis 80 Millionen Exemplare verschicken sie Jahr für Jahr.

Diese werden in Briefkästen ohne «Stopp Werbung»-Kleber verteilt und sind das zentrale Werbemittel, um neue Kunden zu gewinnen. «Steigen hier die Kosten, wird das für die Versandhändler ein Problem.» Und nicht nur das: Auch die Detailhändler mit festem Standort würden laut Kessler leiden, denn sie lassen etwa Flugblätter mit Aktionen verteilen.

Die Post wehrt sich gegen die Vorwürfe. Der Zustellungsmarkt sei weiterhin leicht zugänglich, sagt Sprecher Oliver Flüeler. «Es bleibt Verlagen, privaten Post-

unternehmen oder europäischen Postgesellschaften möglich, hier einzusteigen.» Laut Bundesrat müsse die Post eigenwirtschaftlich arbeiten, um im Wettbewerb bestehen zu können. «Genau das tun wir mit unserem Engagement.»

Zumindest vorerst lässt sich gegen die neue Postdominanz kaum etwas unternehmen. Die Wettbewerbskommission (Weko) habe schon frühere Akquisitionen der Post trotz Hinweisen auf ein neues Briefmonopol ohne Auflagen durchgewinkt, sagt Patrick Kessler vom VSV.

ANZEIGE



MONIKA ROTH

Geburtsfehler der Finma

Mit der Schaffung der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (Finma) als unabhängige Behörde war das Ziel verbunden, die institutionelle Struktur der Aufsicht zu verbessern, um rascher, effizienter und koordiniert auf die komplexen Aufgaben reagieren zu können.

Die Finma ist keine «Finanzplatz-Förderungsagentur». Das Gesetz definiert ihre Ziele so: den Schutz der Gläubiger, der Anleger, der Versicherten sowie der Funktionsfähigkeit der Finanzmärkte. «Sie trägt damit zur Stärkung des Ansehens und der Wettbewerbsfähigkeit des Finanzplatzes Schweiz bei.» Standortattraktivität und Ansehen des Finanzplatzes sind Nebenziele, die durch den klaren Hauptzweck gefördert werden. Diese Meinung ist allerdings umstritten. So lautet die Kritik häufig, dass man sich von der Aufsicht ein «wettbewerbsfreundliches aufsichtsrechtliches Umfeld» wünsche.

«Die Praxis zeigt, dass die Finma sich von Denkverboten bestimmen lässt»

Das Gesetz ist widersprüchlich, denn an anderer Stelle sagt es, dass die Finma zu berücksichtigen habe, «wie sich die Regulierung auf den Wettbewerb, die Innovationsfähigkeit und die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Finanzplatzes Schweiz

auswirkt». Diese Vorgabe wird international zu Recht seit Jahren kritisiert.

Ein anderer Themenkreis betrifft die Unabhängigkeit der Finma und des Verwaltungsrats. Der Bundesrat entscheidet über die Zusammensetzung des obersten strategischen Organs und über die Genehmigung der Finma-Ziele. Die Weichenstellung für die Ausrichtung der Finma erfolgt bei der Verwaltungsratswahl. Diese Nähe zur Politik beschränkt die Unabhängigkeit. Die Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben ist Auftrag und keine Strategie. Dass die Finma eine Strategie entwickeln soll, überzeugt kaum: Sie hat einen gesetzlichen Auftrag, ihre Aufgabe hat polizeilichen Charakter.

Die Aufgaben der Finma sind

- Bewilligungen: Massgeblich sind die gesetzlichen Voraussetzungen.
- Überwachung: Leitplanken sind die gesetzlichen Ziele.
- Enforcement: Die Feststellung einer Verletzung von Aufsichtsrecht und die Umsetzung der gesetzlich vorgesehenen Massnahmen; auch hier ist das Gesetz Grundlage.
- Regulierung: Hier besteht etwas strategischer Spielraum. Die Praxis zeigt aber, dass die Finma sich von Denkverboten bestimmen lässt, die in der Branche und in der Politik herrschen. Damit versäumt es die Behörde – man denke an die Steuerdebatte, die Risiken im grenzübergreifenden Geschäft –, ihren strategischen Spielraum auszufüllen. Es wäre rechtspolitisch besser, das Finma-Gesetz zu überdenken, bevor man weiter reguliert.

Prof. Monika Roth, Hochschule Luzern – Wirtschaft

Ihre Portfolio-Qualität
systematisch
im Auge behalten.
UBS Advice.



Jetzt anlegen zum Pauschalpreis
inklusive Depotgebühren,
Transaktionskosten und Kreditkarte

Anlagen sind unser Handwerk seit 1862.
Mit UBS Advice bieten wir Kunden, die Anlageentscheidungen selbst treffen wollen, eine individuelle Beratung zum Pauschalpreis. Zudem garantieren wir Ihnen eine wöchentliche Portfolioüberwachung nach fünf spezifischen Qualitätskriterien und einen jährlichen UBS Portfolio Health Check. Erfahren Sie mehr unter Telefon 0800 868 402 oder www.ubs.com/ubs-advice



Wir werden nicht ruhen

