

Erfolgreiche Privatisierung

im Umfeld der
Liberalisierung des
Postmarktes



- **159 000 Angestellte**
- **64 Länder**
- **Netz deckt 200 Länder ab**



TPG Post

- **Weltbester Postanbieter**
- **Postnetze in 9 europ. Ländern**
- **5,4 Mrd. adressierte Postsend. in Holland**

TNT Express

- **Grösster Express-Anbieter in Europa**
- **43 Frachtflugzeuge**
- **18 308 Fahrzeuge**
- **171 Mio. Sendungen**

TNT Logistics

- **Zweitgrösster Logistikanbieter weltweit**
- **Nr. 1 im Bereich Automobil-Logistik**
- **7,1 Mio. m² Lagerfläche**

- **Erfreuliche Ergebnisse in den Sektoren Post und Express**
- **Betriebs- und Integrationsfragen im Logistiksektor gelöst**
- **Ausrichtung der Strategie von TPG auf drei Wachstumsbereiche**

	2003 Mio. €	2002 Mio. €	Veränd.
Umsatz	11 866	11 782	0,7 %
Betriebsergebnis (EBIT)	767	1058	-27,5 %
Nettogewinn	300	599	-49,9 %
Zu Grunde liegender Nettogewinn*	616	585	5,3 %
Freier Cashflow	629	623	1,0 %

- 1799** Gründung der niederländischen Post
- 1989** Korporatisierung als KPN
(Post und Telecom)
- 1994** Emission von KPN-Aktien
- 1996** Übernahme von TNT
- 1998** Gründung von TPG als selbstst. kotiertes Untern.
Niederl. Staat hält 34,5 % der Aktien
- 2004** Niederl. Staat verringert Aktienanteil auf ca. 19 %

1988 → **2003**

Firmenbezeichnung



Geschäftsfelder	Post , Express	Post, Express, Logistik
Bearbeitete Märkte	Niederlande	209 Länder
Post % Gesamtumsatz	Ca. 100 %	33 %
Umsatz	EUR 1,9 Mrd.	EUR 11,9 Mrd.
EBIT	EUR 45 Mio.	EUR 767 Mio.
Umsatz / FTE	EUR 42 500	EUR 100 500
Rechtsstellung	Staatsbetrieb	Börsenkot. Unternehmen
Staatsanteil	100 %	34 % (2004: 19 %)
Angestellte	Beamte	Öffentliche Angestellte

Kleiner Universaldienst

- Nur einzelne Postsend. und Briefe¹⁾ bis 100 Gramm
- Einzelpakete bis 10 kg²⁾
- Alle anderen Postsend. (DM, Zeitschr. usw.) ausserh. Universaldienst
- Pflicht zur Aufrechterh. einer Poststellenstruktur einer best. Grösse

Kleiner reservierter Bereich

- Nur Briefe unter 100 Gramm; 2006 unter 50 Gramm
- 2007: Vollständige Liberal. (falls Deutschland und UK *tatsächlich* liberal.)
- Direct Mailing war schon immer vollständig liberalisiert

System mit Preisobergrenze

- Erhöh. der Universaldienst-Tarife muss geringer als Inflationsrate sein

Führung des Unternehmens nach „Arm's length“-Prinzip

Rückläufiges Volumen der Briefsendungen

- Kostenmanagement der Unternehmen mit grossem Briefvolumen
- Ersatz durch das Internet

Zeitplan für die Liberalisierung in Europa

- Allmähliche Marktöffnung bis 2009

Differenzierung zwischen Brief- und KEP-Märkten

- Expressdienste und Paketunternehmen treten in den Vordergrund

Europäische Universaldienst-Regulierung

- Regulierung des Universaldienstes wird strenger
- Anwendung des Wettbewerbsrechts auch auf Postanbieter

Druck auf Umsatz *und* Kosten

- Rückläufiges Marktvolumen und Verlust von Marktanteilen
- Preisdruck

Universald.-Anforderungen hemmen rasche Kostensenkung

- Zustellung an 5 oder 6 Tagen
- Festes Poststellen- und Abholnetz

Expansion in Wachstumsbereiche ist schwierig

- Nur Pioniere TPG, DPWN, Royal Mail und La Poste

Laufende Umstrukturierung notwendig

- Flexible Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer
- Investitionen in die Automatisierung
- Eingehen von strategischen Partnerschaften

Universaldienst wird längerfristig unter Druck kommen

- Rückläufiges Volumen der Briefsend. -> höhere Stückkosten
- Schwierigkeiten, ein hohes Leistungsniveau bei guter Qualität zu erhalten
- Konkurrenten verändern die Wahrnehmung der Kunden

Finanzierung des Universaldienstes entweder durch

- Starke Preiserhöhungen
- Staatliche Subventionen

Oder

- Überprüfung des Umfangs des Universaldienstes
- Einbezug des Universaldienstes in ein breiteres Business Portfolio
- Erhöhung der Grösse und Reichweite der Postanbieter

Privatisierung

- Gewisse Unabhängigkeit vom Staat („at arm’s length“)
- Starke Anreize für Veränderungen
- TPG erhielt Freiraum für Umstrukturierung und Expansion
- Universaldienst nur kleiner Teil des Geschäfts (15 % des Umsatzes)

Regulierung des Universaldienstes

- „Light“-Regulierung: nur die notwendigen Elemente
- Nur Regulierung der „Ergebnisse“
- Kleiner Universaldienst: Markt wird die meisten Dienstleist. erbringen

Liberalisierung

- Frühe und rasche Liberalisierung (kleiner reservierter Bereich seit 1989)
- Allg. Wettbewerbsrecht reicht, keine sektorspezifische Regulierung
- Entsprechender Spielraum in der EU notwendig: Liberalisierung muss ausgewogen sein

- Privatisierung, Liberalisierung und ein flexibles Angebot sind die richtigen Reaktionen auf ein rückläufiges Volumen bei den Briefsendungen und zunehmenden Wettbewerb.
- Die Konsolidierung des Postbereichs bietet Möglichkeiten zur Verringerung der Abhängigkeit vom Universaldienst und damit für einen besseren Schutz des Universaldienstes.
- In vielen Fällen ist der Markt selbst der beste Regulator: Daher sollte nur das unbedingt Notwendige reguliert werden.