

Deutsche Post sieht höheres Briefporto ab 2024 als zwingend notwendig an

- Unternehmen hat den Widerruf der noch bis Ende 2024 gültigen Price-Cap-Maßgrößenentscheidung bei der Bundesnetzagentur beantragt
- Post-Vorständin Nikola Hagleitner: „Angesichts drastisch gestiegener Kosten durch Inflation, höhere Energiepreise und den sehr hohen Tarifabschluss 2023 sowie unerwartet stark abnehmende Briefmengen führt an einer Erhöhung des Portos kein Weg vorbei“
- Briefpreise in Deutschland liegen weit unter europäischem Durchschnitt und trotz deutlich höherer Löhne auf dem Preisniveau in Polen, Tschechien, der Slowakei und Rumänien
- Zusätzliche Preiserhöhungen zum 1. Juli 2023 in den Bereichen Paket, Briefkommunikation und Dialogmarketing geplant

Bonn, 16. Mai 2023: Die Deutsche Post hat heute bei der Bundesnetzagentur den Widerruf der noch bis Ende 2024 gültigen sog. „Price-Cap-Maßgrößenentscheidung“ beantragt, auf deren Basis die derzeitigen Briefpreise genehmigt wurden. Ziel ist es, aufgrund der aktuellen Mengen-, Umsatz- und Kostenentwicklungen, die deutlich von den der Entscheidung zugrundeliegenden Prognosen aus dem Jahr 2021 abweichen, das Briefporto im kommenden Jahr anzuheben. Dazu sagt Nikola Hagleitner, Vorständin Post & Paket Deutschland bei Deutsche Post DHL Group: „Eine Erhöhung der Preise fällt uns in Hinblick auf die berechtigten Interessen unserer Kundinnen und Kunden nicht leicht. Aber Fakt ist, dass die von der Behörde ursprünglich unterstellten Kosten und Briefmengenentwicklungen so nicht eingetreten sind. Angesichts drastisch gestiegener Kosten durch Inflation, höhere Energiepreise und den sehr hohen Tarifabschluss 2023 sowie deutlich stärker abnehmende Briefmengen führt an einer vorzeitigen Erhöhung des Portos kein Weg vorbei.“

Die aktuelle Mengen-, Umsatz- und Kostenentwicklung bei der Deutschen Post weicht deutlich von den Prognosen ab, die der Price-Cap-Maßgrößenentscheidung der Bundesnetzagentur 2021 zugrunde lagen. Seinerzeit hatte die Behörde der Deutschen Post einen Preiserhöhungsspielraum von 4,6 Prozent für den gesamten Zeitraum 2022 bis 2024 zugestanden. Schon im Oktober 2021 hatte die Deutsche Post darauf hingewiesen, dass dieser Spielraum zu gering sei, um die Lohnkostensteigerungen und den in den nächsten Jahren zu erwartenden Anstieg der Stückkosten



durch weiter sinkende Briefmengen, höhere Inflation und Zusatzkosten für einen klimafreundlicheren Briefdienst auszugleichen.

Dies hat sich nun bewahrheitet: So ist aufgrund der Entwicklungen in den letzten Monaten von einer deutlich niedrigeren Sendungsmenge bei Briefen in der Zukunft auszugehen. Dies ist auf eine beschleunigte Substitution durch elektronische Kommunikation, wie E-Mail oder Messenger-Dienste, zurückzuführen. Gleichzeitig steigen die Kosten aufgrund der anhaltend hohen Inflation und der jüngst vereinbarten Lohnerhöhungen deutlich an. Allein der mit der Gewerkschaft Verdi vor einigen Wochen verhandelte Tarifabschluss belastet die Deutsche Post mit rund 400 Millionen Euro Mehrkosten in diesem Jahr und 800 Millionen Euro im Jahr 2024. Auch die Inflationsrate ist deutlich höher als in der aktuellen Maßgrößenentscheidung prognostiziert. Die rechtlichen Voraussetzungen für einen Widerruf der Price-Cap-Maßgrößenentscheidung bzw. Wiederaufnahme des Verfahrens sind somit gegeben.

Nikola Hagleitner ergänzt: „Um dies ganz klar zu sagen: Es sollte uns erlaubt werden, die nötigen finanziellen Mittel für faire Löhne und die Sicherstellung einer zeitgemäßen, flächendeckenden Postversorgung am Markt verdienen zu können. Schon im Jahr 2022 hat der Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland keinen Beitrag zur Dividendenzahlung des Konzerns mehr geleistet und wird dies auch in 2023 nicht leisten können. Die wirtschaftliche Situation im deutschen Post- und Paketgeschäft erlaubt es nicht mehr, Investitionen in den ökologischen Umbau der postalischen Infrastruktur und der Fahrzeugflotte in der notwendigen Höhe zu tätigen. Dafür sind bis 2030 jedes Jahr signifikant mehr als 1 Milliarde Euro nötig.“ Der Preis für einen Standardbrief liegt mit 85 Cent derzeit weit unter dem europäischen Durchschnittspreis von 1,33 Euro und noch unter dem Preisniveau in Polen, Tschechien, der Slowakei und Rumänien.

Geplante Preisanpassungen zum 1. Juli 2023 in den Bereichen Paket, Dialogmarketing, Brief-Teilleistungen und Nachsendeservice

Bereits beschlossen sind Preiserhöhungen für bestimmte Produkte sowohl für Privatkunden im Paketbereich als auch für Geschäftskunden in den Segmenten Dialogmarketing und Briefkommunikation zum 1. Juli 2023. So steigt im nationalen Versand der Privatkunden-Preis für das 10-Kilo-Paket von derzeit 9,49 auf 10,49 Euro. Dieses Produkt ist im Filialverkauf seit 2017 preislich unverändert. Trotz der geplanten Erhöhung liegen die Preise von DHL für größere Sendungen auch weiterhin unter Wettbewerbsniveau. Darüber hinaus werden Services wie die Transportversicherung,



Alterssichtprüfung, Sperrgut, Rolle oder Nachnahme teurer – hier werden teilweise die Preise für DHL-Geschäftskunden ebenfalls analog angehoben.

Aufgrund der drastisch gestiegenen internationalen Transport- und Zustellkosten erhöht DHL auch die Preise für Pakete und Päckchen im internationalen Versand. Zusätzlich nimmt Deutsche Post DHL eine Änderung der Länderzonen für internationale Paketsendungen vor. Dabei orientiert sich die neue Aufteilung an den länderabhängigen Kostenentwicklungen sowie an geographischen Aspekten. Durch die Neuzonierung konnten die Preise für knapp 100 afrikanische und asiatische Destinationen nahezu stabil gehalten werden, während die Paketpreise für Nord-, Mittel- oder Südamerika (außer USA) sowie für Australien und Neuseeland aufgrund der enormen Kostensteigerungen im Transport in diese Länder deutlich angehoben werden müssen. Kunden, die ihre internationalen Pakete online frankieren, haben künftig einen preislichen Vorteil in Höhe von 3 Euro gegenüber „Filial-Paketen“. Durch die direkte elektronische Eingabe der – im grenzüberschreitenden Versand größtenteils obligatorischen – Daten bei der Online-Frankierung entfällt die aufwändige nachträgliche Erfassung der handschriftlich ausgefüllten Filialformulare. Die dadurch entstehenden Kostenvorteile gibt das Unternehmen an die Kunden weiter.

Diese Preismaßnahmen beziehen sich auf den Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland, Sendungen von DHL Express sind nicht betroffen.

Die dargestellten höheren Kosten von Deutsche Post DHL machen sich auch bei der Werbepost (Dialogmarketing) bemerkbar, daher werden die Preise für die Geschäftskunden-Produkte „Dialogpost Karte“ und „Dialogpost Standard“ sowie „Postwurfspezial Karte“ und „Postwurfspezial Standard“ um 1 Cent sowie für „Postwurfspezial Groß“ um 2 Cent erhöht. Bereits kommuniziert hatte die Deutsche Post gegenüber ihren Geschäftskunden im Briefbereich, dass der Basisrabatt für die sog. „Teilleistungen“ über alle Formate und Rabattstufen um 3 Prozentpunkte abgesenkt wird. Eine weitere Preismaßnahme ist beim Nachsendeservice geplant, hier kommt es zu einer Verteuerung zwischen 5 Euro (6-Monats-Variante für Privatkunden) und 7 Euro bei den anderen Nachsende-Optionen.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/presse

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen.

Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der Deutsche Post DHL Group mit rund 190.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Der Unternehmensbereich ist in seiner Branche Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und in Deutschland mit zwei Marken vertreten:

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Briefmarkt. Unter diesem Geschäftsfeld werden im Wesentlichen die Produktsegmente Brief Kommunikation, Dialog Marketing und Presseservices gebündelt. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post umfasst die Bearbeitung und Zustellung physischer Dokumente sowie ein breites digitales Portfolio in ihren Produktsegmenten.

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Im Geschäftsfeld der Paketlogistik ist DHL Paket Marktführer in Deutschland. Der Unternehmensbereich ist Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Packstation) in Deutschland.

Post & Paket Deutschland ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2022 einen Umsatz von mehr als 94 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem



Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.