

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Gerhard Jüttemann, Angela Marquardt,
Rolf Kutzmutz und der Fraktion der PDS
– Drucksache 14/1085 –**

Filialkonzept der Deutschen Post AG

Im Filialkonzept der Deutschen Post AG (Drucksache des Ausschusses für Post und Telekommunikation 13/141) ist festgelegt, daß bis zum 1. Januar 2000 mindestens 12000, darunter 6000 selbst betriebene, und bis zum Auslaufen der Exklusivlizenz am 31. Dezember 2002 und darüber hinaus mindestens 10000 stationäre Vertriebspunkte, darunter 5000 selbst betriebene, vorgehalten werden.

1. Ist das Filialkonzept der Deutschen Post AG für das Unternehmen noch verbindlich?

Wenn nein, warum nicht?

Das Filialkonzept, welches in der Sitzung des Regulierungsrates beim Bundesminister für Post und Telekommunikation am 2. Dezember 1996 beschlossen wurde, hat für das Unternehmen Deutsche Post AG auch heute noch Gültigkeit.

In dieser Sitzung hat die Deutsche Post AG durch eine Selbstverpflichtung klargestellt, daß sie garantiert, bis zum 1. Januar 2000 mindestens 12000 und bis zum 31. Dezember 2002 und darüber hinaus mindestens 10000 stationäre Vertriebsstellen vorzuhalten.

In der Sitzung wurde außerdem garantiert, bis zum 1. Januar 2000 insgesamt mindestens 6000 und bis zum 31. Dezember 2002 und darüber hinaus mindestens 5 000 Filialen im Eigenbetrieb zu führen.

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie vom 15. Juni 1999 übermittelt.

Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

2. Wie viele stationäre Vertriebspunkte der Deutschen Post AG gibt es derzeit, wie viele davon betreibt das Unternehmen selbst?

Filialnetz Postfilialen Stand 31. Dezember 1998

	1998
<hr/>	
Regiebetrieb	
Deutsche Post	7 787
DPSV PostPlus	118
McPaper	40
Partnerbetrieb	
Shop-in-Shop	53
Agenturen	6 484

3. Wie wird sich die Zahl der stationären Vertriebspunkte bis zum Jahr 2000 und wie bis zum Auslaufen der Exklusivlizenz entwickeln?

Siehe Antwort zu Frage 1

4. Wie wird sich die Zahl der von der Deutschen Post AG selbst betriebenen stationären Vertriebspunkte bis zum Jahr 2000 und wie bis zum Auslaufen der Exklusivlizenz entwickeln?

Siehe Antwort zu Frage 1

5. Ist die Vorschrift der früheren Kundenschutzverordnung, daß die nächste Filiale in Ballungsgebieten nicht weiter als 2000 m von einem Wohnort entfernt liegen darf, für die Deutsche Post AG noch verbindlich?
Wenn nein, warum nicht?

Die Vorschriften der Post-Kundenschutzverordnung sind mit Wirkung vom 31. Dezember 1997 außer Kraft getreten. Bis zum Inkrafttreten einer neuen rechtlichen Norm hält die Deutsche Post AG den Beschluß des Regulierungsrates beim Bundesminister für Post und Telekommunikation vom 2. Dezember 1996 ein, wonach in zusammenhängend bebauten Gebieten grundsätzlich von jedem Haushalt in einem Umkreis von 2000 m eine Postfiliale zu erreichen sein muß.

6. Welche Ausnahmen gibt es von dieser 2000-Meter-Regel, und wie werden diese begründet?

Die mit Wirkung vom 31. Dezember 1997 außer Kraft getretene Post-Kundenschutzverordnung hat Ausnahmen von der 2000-Meter-Regel zugelassen. Demnach waren als Richtgröße für die Einhaltung der Vorgaben, insbesondere der nachfragegerechten Versorgung, die in der „Unterrichtung des Bundestages durch die Bundesregierung über das Konzept des Bundesministers für Post- und Fernmeldewesen für die künftige Postversorgung auf

dem Lande“ vom 8. Mai 1981, Drucksache 9/408, aufgeführten Maßeinheiten gültig. Ausnahmen wurden z. B. zugelassen, wenn außerhalb des Einzugsbereichs nicht mehr als 10 % der Bevölkerung des geschlossen bebauten Ortes/Ortsteils wohnen und keine besonderen Erschwernisse bez. der Verkehrs- und Wegeverhältnisse und der Topographie vorliegen.

7. Wie viele nach dieser 2000-Meter-Regel unterversorgte Gebiete gibt es bundesweit, und wie viele Menschen leben in diesen Gebieten?

Dazu liegt kein entsprechendes statistisches Zahlenmaterial vor.

8. Welche Vor- und welche Nachteile haben aus Sicht der Bundesregierung sog. Postagenturen gegenüber den von der Deutschen Post AG selbst betriebenen Postfilialen?

Postagenturen tragen zur Erfüllung des Infrastrukturauftrags gemäß Artikel 87f Grundgesetz ebenso bei wie von der Post selbst betriebene Filialen.

9. Welche Vor- und welche Nachteile hat aus Sicht der Bundesregierung der Mobile Post-Service gegenüber den von der Deutschen Post AG selbst betriebenen Postfilialen?

Der Mobile-Post-Service gewährleistet in denjenigen Gebieten der Bundesrepublik Deutschland die Postversorgung, in denen keine Postfiliale zur Verfügung steht. Im übrigen wird auf die Antwort zu Frage 8 verwiesen.

10. Worin unterscheiden sich Angebot und Service von Postagenturen und Mobilem Post-Service von den posteigener Filialen?

Siehe Antworten zu Fragen 8 und 9