



## Neues Postgesetz schafft Klarheit und ermöglicht weiterhin die flächendeckende Postversorgung – hat aber auch Schwächen

- Bundesrat verabschiedet überfälliges Postrechtsmodernisierungsgesetz
- DHL-Chef Tobias Meyer: „Wir begrüßen, dass unsere Beschäftigten, Kunden und Investoren nun endlich Klarheit über die künftigen Rahmenbedingungen der Postversorgung haben. Allerdings hat das Gesetz auch deutliche Schwächen“
- Gelockerte Laufzeitvorgaben für die Briefzustellung dämpfen Kostensteigerungen – mehr Bürokratie und einseitige Wettbewerbsförderung sind kritisch zu sehen

**Bonn/Berlin, 5. Juli 2024:** Die Deutsche Post begrüßt, dass der Bundesrat heute das „Gesetz zur Modernisierung des Postrechts“ verabschiedet hat und nun die Rahmenbedingungen für die künftige postalische Versorgung feststehen. Nachdem zuvor der Deutsche Bundestag bereits zugestimmt hatte, kann das Gesetz voraussichtlich noch im Juli in Kraft treten. Es löst sowohl das Postgesetz als auch die Post-Universaldienstleistungsverordnung aus dem Jahr 1998 ab und stellt die flächendeckende Versorgung mit Briefen und Paketen in Deutschland (auch Post-Universaldienst genannt) auf eine neue rechtliche Grundlage. Die überfällige Modernisierung des Gesetzes ermöglicht es der Deutschen Post, den Post-Universaldienst auch in Zeiten des Strukturwandels – deutlicher Rückgang der Briefe, Anstieg der Pakete – weiter zu erbringen.

**Tobias Meyer, Vorstandschef der DHL Group:** „Wir begrüßen, dass unsere Beschäftigten, Kunden und Investoren nun endlich Klarheit über die künftigen Rahmenbedingungen der Postversorgung haben. Das Gesetz ermöglicht es uns, den postalischen Universaldienst in Deutschland weiter zu erbringen. Es hat aber auch deutliche Schwächen: Der deutsche Sonderweg der Wettbewerbsförderung im schrumpfenden Briefmarkt wird zu einer Verteuerung der Universaldienstleistungen führen. Und er gefährdet die Qualität, da Wettbewerber oftmals ohne Ankündigung die Sendungen in das Netz der Deutschen Post einspeisen, wodurch die Zustellung schwerer planbar und damit schwieriger und teurer wird.“

Konkret kritisiert die Deutsche Post auch die vorgesehenen neuen Instrumente zur künstlichen Stimulierung von Wettbewerb im schrumpfenden Briefmarkt, wie z. B. das Entgelt-Konsistenzgebot, die Mehrerlösabschöpfung bei Verstößen gegen die komplexen Entgeltregulierungsvorschriften oder den Netzzugang für Warensendungen und Pressepost. Deutschland verfolgt mit der



Wettbewerbsförderung im Briefbereich weiter einen Sonderweg, der in anderen EU-Staaten bereits durchweg gescheitert ist. Vergleichbare Maßnahmen haben in anderen Ländern zu höheren Preisen und schlechterer Qualität geführt. Ebenso unverständlich ist der enorme Bürokratie-Aufbau, den das neue Postgesetz etwa durch die Einführung neuer Berichtspflichten und die Ausweitung der Regulierung im Paketbereich mit sich bringt.

## **Änderungen bei den Briefprodukten**

Das neue Postgesetz sieht vor, dass Briefe ab 2025 länger unterwegs sein dürfen. 95 Prozent der Briefsendungen müssen künftig drei Tage nach Einlieferung statt wie bisher nach zwei Tagen ankommen. Geplant ist derzeit, den Briefkunden ab 2025 eine Wahlmöglichkeit bei den Brieflaufzeiten zu geben.

## **Änderungen im Paketbereich**

Laut dem neuen Postgesetz müssen Pakete über einem Gewicht von 10 kg sowie über einem Gewicht von 20 kg mit einem gut sichtbaren und einfach verständlichen Hinweis auf das erhöhte Gewicht gekennzeichnet werden.

## **Auswirkungen auf das Filialnetz**

Das neue Postgesetz hält an der Vorgabe fest, dass es deutschlandweit weiterhin 12.000 Postfilialen geben muss. Es sieht zudem die Möglichkeit von automatisierten Stationen anstelle von Universaldienstfilialen vor. Die Deutsche Post begrüßt diese Modernisierung, da die Automaten sich – auch wegen der zumeist durchgängigen Zugänglichkeit – großer Beliebtheit erfreuen und es in manchen Orten immer schwerer wird, geeignete Ladenlokale oder Einzelhändler zum Betrieb von Filialen zu finden. Die Deutsche Post wird auch in Zukunft darauf achten, dass jede Gemeinde bedarfsgerecht und regelkonform mit postalischen Dienstleistungen versorgt sein wird.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter [group.dhl.com/pressemitteilungen](https://group.dhl.com/pressemitteilungen)



## Medienkontakt

DHL Group  
Media Relations  
Hans-Christian Mennenga  
Tel.: +49 228 182-9944  
E-Mail: [pressestelle@dhl.com](mailto:pressestelle@dhl.com)

Im Internet: [group.dhl.com/presse](http://group.dhl.com/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/DeutschePostDHL](https://twitter.com/DeutschePostDHL)

***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 DHL Group mit und 187.000 Mitarbeiter:innen. 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 Presse Services 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 Empfänger:innen im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Pack- und Poststationen) in Deutschland.

**DHL Group** erzielte als Konzern 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 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 DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.