

---

# INHALT

---

|  |           |
|--|-----------|
| ZUSAMMENFASSUNG  | 7         |
| <b>I. EINLEITUNG</b>                                       | <b>21</b> |
| 1. Thematischer Hintergrund                                | 21        |
| 2. Vorgehensweise und Schwerpunkte                         | 22        |
| <b>II. PROBLEMAUFRISS</b>                                  | <b>25</b> |
| 1. Private Briefe und Briefkultur                          | 25        |
| 2. Postdienstleistungen und Briefe                         | 31        |
| 2.1 Postdienstleistungen nach Postgesetz                   | 31        |
| 2.2 Briefformen und Briefmerkmale                          | 32        |
| 2.3 Der relevante Markt                                    | 34        |
| 3. Briefinfrastruktur und rechtlicher Rahmen               | 35        |
| 3.1 Netzcharakteristik                                     | 35        |
| 3.2 Universaldienstregime                                  | 37        |
| 4. Technische Entwicklungen und neue Postdienste           | 42        |
| 4.1 Technologische Trends und verbleibende Defizite        | 42        |
| 4.2 IKT-Einsatz für verbesserte Postdienstleistungen       | 49        |
| 4.3 IKT-Anwendungen für sichere elektronische Post         | 51        |
| 5. E-Substitution  | 56        |
| 5.1 Varianten der E-Substitution                           | 56        |
| 5.2 Bedingungen verstärkter E-Substitution                 | 60        |
| 5.3 Substitution von Briefen durch einfache E-Mail         | 62        |
| 5.4 Substitution von Transaktionspost durch sichere E-Mail | 66        |
| 6. Soziale und umweltbezogene Aspekte                      | 69        |
| 6.1 Beschäftigungsperspektiven                             | 70        |
| 6.2 Umweltaspekte  | 75        |
| <b>III. ENTWICKLUNG DER POSTMÄRKTE</b>                     | <b>79</b> |
| 1. Weltweite Entwicklung                                   | 79        |
| 2. USA   | 82        |
| 3. Europäische Union                                       | 84        |
| 4. Deutschland   | 87        |
| 4.1 Status quo des Briefmarktes                            | 87        |
| 4.2 Zukünftige Entwicklung des Briefmarktes                | 91        |
| 5. Fazit   | 107       |

|  |            |
|--|------------|
| <b>IV. BEDEUTUNG POSTALISCHER KOMMUNIKATION FÜR PRIVATPERSONEN</b>               | <b>109</b> |
| 1. Vorliegende Studien   | 110        |
| 1.1 Deutschland  | 111        |
| 1.2 Österreich   | 111        |
| 1.3 Portugal   | 113        |
| 1.4 USA  | 113        |
| 1.5 Italien, Polen, Schweden   | 114        |
| 1.6 Großbritannien   | 115        |
| 1.7 Zwischenfazit  | 117        |
| 2. Bedeutung postalischer Kommunikation aus Sicht privater Nutzer in Deutschland | 118        |
| 2.1 Fragestellung und methodisches Vorgehen                                      | 119        |
| 2.2 Versand und Empfang von Briefsendungen durch Privatpersonen                  | 119        |
| 2.3 Veränderungen beim Versand und Erhalt von Briefen                            | 122        |
| 2.4 Postalische und elektronische Kommunikation                                  | 125        |
| 2.5 Merkmale des Postuniversaldienstes aus Sicht von Privatpersonen              | 131        |
| 3. Fazit   | 133        |
| <b>V. RESÜMEE UND HANDLUNGSOPTIONEN</b>  | <b>135</b> |
| 1. Resümee   | 135        |
| 2. Handlungsoptionen   | 138        |
| 2.1 Anpassung von Geschäftsmodellen  | 139        |
| 2.2 Anpassungen des Universaldienstes  | 143        |
| 2.3 Eine grundlegende Reform für den Universaldienst?                            | 148        |
| <b>LITERATUR</b>   | <b>157</b> |
| 1. In Auftrag gegebene Gutachten   | 157        |
| 2. Weitere Literatur   | 157        |
| <b>ANHANG</b>  | <b>166</b> |
| 1. Tabellenverzeichnis   | 166        |
| 2. Abbildungsverzeichnis   | 167        |